УДК [316.334.3:321](470.332)

Розанова Н.Н.,
кандидат педагогических наук, доцент ФГБОУ ВПО
«Смоленский государственный университет»

ЕДИНОЕ РЕПУТАЦИОННОЕ ПРОСТРАНСТВО РОССИЙСКОЙ ВЛАСТИ: РЕЗУЛЬТАТЫ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

(Исследование выполнено при финансовой поддержке РГНФ в рамках научно-исследовательского проекта «Технология формирования позитивной репутации региональной власти», № 14-03-00549 а).

В статье приведены результаты социологического исследования (на примере Смоленской области), выявляющие взаимосвязь и взаимозависимость репутации федеральной, областной и муниципальной власти исполнительной и законодательной ветвей, формирующие единое репутационное пространство российской власти.

Ключевые слова: репутация, власть, оценка репутации, формирование позитивной репутации, репутационное пространство.

Организация постоянного конструктивного взаимодействия и поддержание открытого диалога власти и общества становятся ключевыми факторами устойчивого развития демократического государства, приоритетными задачами комплексного процесса современного реформирования российской системы государственного и муниципального управления. Качественное изменение формата коммуникаций приводит к тому, что в политическом пространстве все чаще более эффективными оказываются не иерархические, а сетевые формы политических организаций. Нормальному функционированию социально-политических сетей в России мешает коммуникационный разрыв «власть — народ», который может быть компенсирован целенаправленным формированием высокого уровня репутации власти как важнейшей составляющей национального символического капитала. Проблемы формирования и продвижения имиджа и репутации зачастую трактуются исследователями с позиции определения стратегических приоритетов развития страны и даже формулировки национальной идеи [1, с. 4].

В то же время в обществе усиливается противоречие между всё большей виртуализацией деятельности власти и реальными результатами ее работы. Исследователи предлагают метафору «политического театра», игровую модель политического процесса, отмечая, что современная политика стала все больше походить на театр и использовать сценарный подход для привлечения аудитории в поле политики, осуществления задач манипулирования процессами государственного управления [4, с. 71]. Благодаря массовому и очень масштабному включению СМИ в процесс принятия политических решений все политические действия непременно становятся игрой на публику и перед публикой для достижения конкретных целей политика, а массмедиа в этой системе создают пространство для функционирования информационных потоков и смысло-образов [4, с. 63].

Имидж власти как символический, эмоционально окрашенный набор субъективных ощущений и представлений населения о власти, не всегда отражающих ее реальную деятельность и формируемых преимущественно средствами массовой коммуникации, увеличивает опасность манипулирования общественным мнением, усиливая политическую апатию населения и лишая возможности принимать участие в политическом процессе, влиять на ход событий, ограничиваясь восприятием граждан как пассивных «зрителей» политического театра.

Новый этап становления российской государственности на пути к стабильному демократическому развитию диктует необходимость перехода от виртуального («игрового») политического пространства к реальному. В качестве ключевого в данном переходе представляется процесс формирования позитивной репутации власти, основанный на политике реального конструктивного взаимодействия власти и населения.

Репутация власти определяется нами как совокупность устойчивых, объективно сложившихся ценностных убеждений и рационально осознанных оценочных мнений населения о власти, формируемых в значительной степени на основе опыта прямого и косвенного взаимодействия. Сущность репутации власти была уточнена нами с точки зрения ее главного субъекта — самих граждан — на региональном уровне (на примере государственной и муниципальной власти Смоленской области). Социологическое исследование выявило следующие приоритетные содержательные репутационные характеристики власти, наиболее значимые для большинства смолян: результативность, доверие и создание условий для достойной жизни (см. подробнее [2]). Именно репутация формируется и существует в пространстве общественного дискурса как социальное представление, определяя общественные предпочтения. Поэтому изучение репутации позволяет углубить понимание закономерностей политического выбора, формирования доверия и недоверия к субъектам власти, оценки эффективности и надежности власти [3, с. 4].

Проблема репутации власти особую актуальность приобретает на региональном уровне, где существует наиболее тесная взаимосвязь органов государственного и муниципального управления с населением. Недостаточное внимание региональной власти к вопросам создания положительной репутации в значительной степени препятствует ее взаимодействию с населением, формированию высокого уровня доверия и поддержки населением принимаемых управленческих решений, не способствует активности населения и его участию в жизни региона.

В рамках данной статьи остановимся на анализе взаимосвязи репутации разных уровней российской власти: федерального, регионального, муниципального.

В январе этого года было проведено социологическое исследование по оценке и изучению репутации федеральной, областной и муниципальной власти исполнительной и законодательной ветвей (на примере Смоленской области)[2]. Результаты исследования выявили невысокую репутацию различных субъектов власти всех уровней. Репутация оценивалась по 6-балльной шкале, где 0 баллов — очень плохая, 5 баллов — отличная. Результаты оценки репутации федеральной власти в виде среднего балла представлены на рисунке 1.

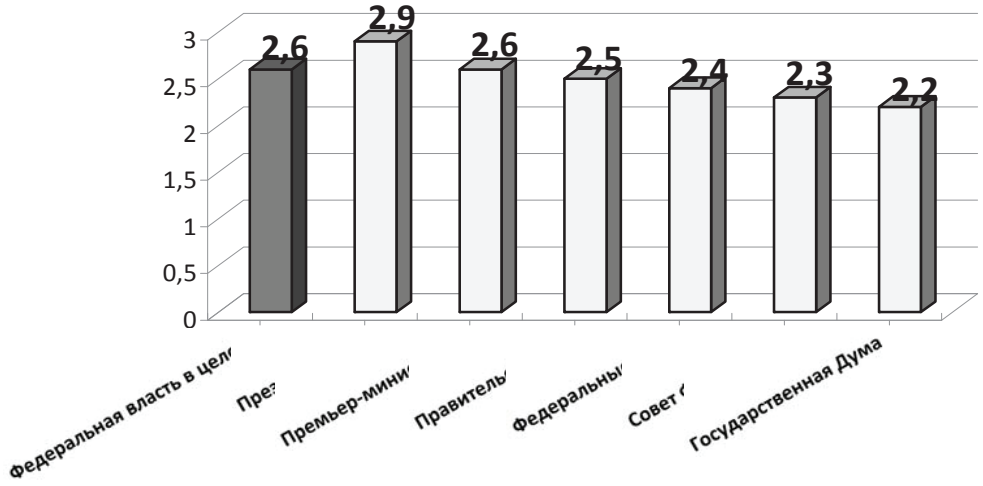


Рис. 1 — Оценка репутации федеральной власти населением Смоленской области

Таким образом, средний балл оказался недостаточно высоким, при этом исполнительная власть была оценена немного выше, чем законодательная, и как бы «выровняла» оценку всей федеральной власти. В целом преобладающей оказалась оценка репутации на уровне 3 и 4 баллов, но средний балл существенно понизился за счет высокой доли граждан (до 25—30%), оценивающих репутацию различных субъектов федеральной власти крайне низко (0—1 балл). При этом, если рассматривать только высокий уровень репутации (4 и 5 баллов), то явный перевес на стороне Президента РФ — 40 % и Председателя Правительства РФ — 30%, что свидетельствует о сохранении традиционной особенности российской государственности — персонификации власти.

Теперь проанализируем результаты оценки репутации региональной государственной власти, что представлено на рисунке 2.

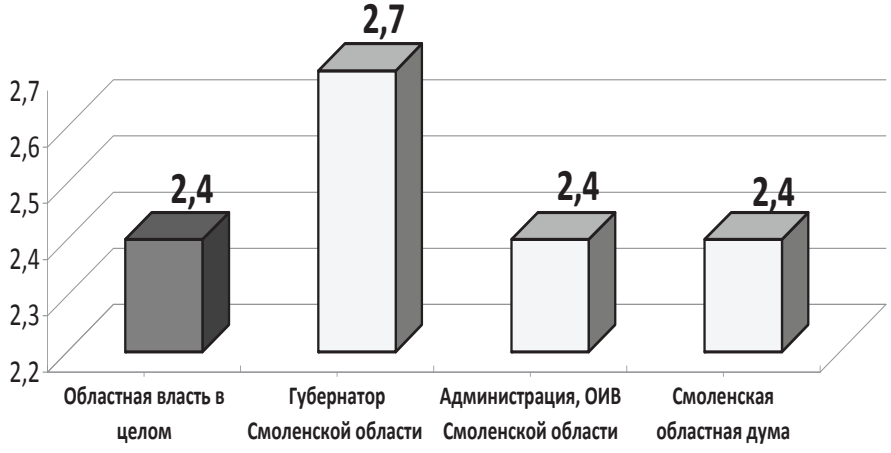


Рис. 2 — Оценка репутации областной государственной власти населением Смоленской области

Преобладающая оценка на областном уровне власти ниже, чем на федеральном, — 2 и 3 балла. Также существенно ниже оценка на уровне 4 и 5 баллов. В то же время средний балл изменился несущественно, а, например, при оценке репутации законодательной власти области даже немного повысился. Самая высокая оценка репутации (как и на федеральном уровне) — у регионального лидера, губернатора Смоленской области. Интересен, на наш взгляд, тот факт, что на областном уровне крайне низких оценок репутации (0 и 1 балл) гораздо меньше, чем на федеральном уровне.

В завершение обратимся к результатам изучения репутации муниципальной власти Смоленской области (рис. 3).

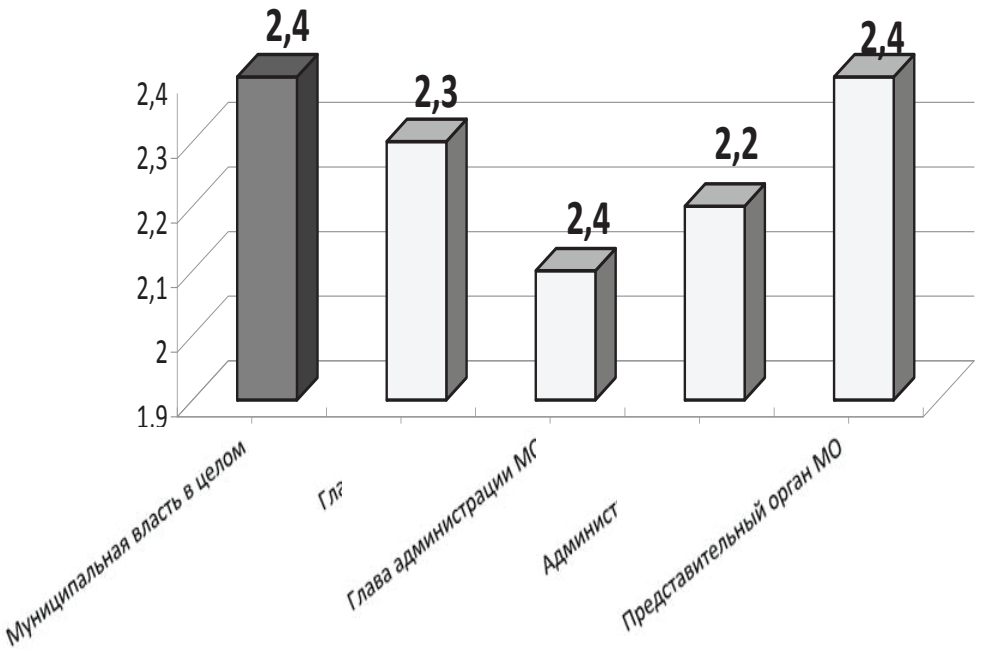


Рис. 3 — Оценка репутации муниципальной власти населением Смоленской области

В процессе оценки репутации муниципальной власти сохраняется преимущественная оценка на уровне 2 и 3 баллов. Немного понижается по сравнению как с федеральной, так и областной властью средний балл. Также, особенно по сравнению с областной властью, высока доля крайне низких оценок (0, 1 балл). Интересно, что репутация муниципальных лидеров впервые по сравнению с главами федеральной и областной власти не выше остальных органов власти и общей оценки муниципальной власти. В то же время репутация представительных органов власти получила наиболее высокую оценку среди других субъектов власти только на муниципальном уровне.

Поэтому можно сделать вывод, что масштабы информационной деятельности в регионах ЦФО позволяют говорить об их переходе к информационному обществу, что подтверждается и активным использованием органами государственного управления системы Электронного правительства в регионах.

Таким образом, мы видим, что средняя оценка репутации различных уровней органов власти, должностных лиц в целом близка, она невысокая. Но сам факт низкой оценки лишь косвенно говорит о том, что репутации данных субъектов власти взаимосвязаны. Для установления прямой взаимозависимости респондентам был задан ряд вопросов.



Рис. 4 — Зависимость репутации всей российской власти от мнения о деятельности различных уровней власти

Вопросы звучали следующим образом: «Лично для Вас репутация ...»

всей российской власти зависит прежде всего от мнения о деятельности федеральной власти, областной, муниципальной, всех уровней власти в равной степени (рисунок 4);

областной государственной власти зависит прежде всего от мнения о деятельности федеральной власти, областной, муниципальной, всех уровней власти в равной степени (рис. 5);

муниципальной власти зависит прежде всего от мнения о деятельности федеральной власти, областной, муниципальной, всех уровней власти в равной степени (рис. 6).



Рис. 5 — Зависимость репутации областной государственной власти от мнения о деятельности различных уровней власти

Таким образом, в целом, для подавляющего большинства респондентов репутация российской власти в равной степени зависит от мнения о деятельности как федеральной, так и областной и муниципальной властей, при небольшом преобладании роли федеральной власти.

Принципиальная зависимость репута-

ции от мнения о деятельности власти всех уровней для большинства респондентов сохраняется и для репутации региональной власти. В то же время, значительно увеличился процент смолян, для которых репутация областной власти зависит исключительно от ее непосредственной деятельности.

Зависимость репутации муниципальной власти от мнения о деятельности различных уровней власти

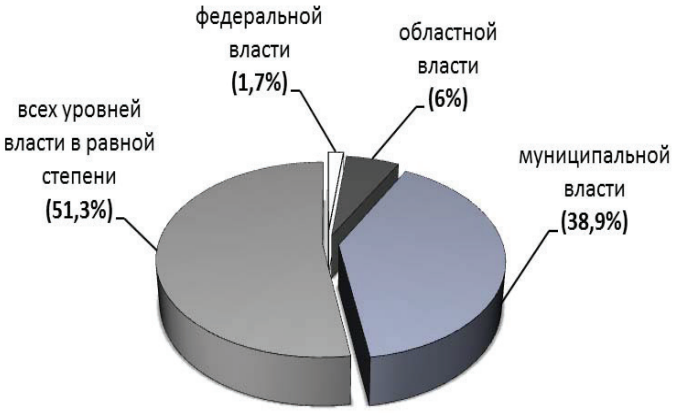


Рис. 6 — Зависимость репутации муниципальной власти от мнений различных уровней власти

Та же тенденция наблюдается и на муниципальном уровне. По-прежнему сохраняется преобладание влияния мнения о работе всех уровней власти в процессе формирования репутации муниципальной власти, еще больше увеличивается доля респондентов, для которых существует прямая связь между репутацией муниципальной власти и ее деятельностью.

Также на областном и муниципальном уровнях была выявлена аналогичная зависимость совокупной репутации власти от репутации органов власти и должностных лиц. При ответе на вопрос «Когда Вы оценивали репутацию областной/муниципальной власти в целом, Вы в первую очередь имели в виду репутацию...» почти 70% дали ответ о равной степени оценки всех органов власти и высших должностных лиц с небольшим преобладанием роли последних (губернатор Смоленской области — 12,4 %; глава муниципального образования — 11,5), что в определенной степени также является некоторой склонностью населения к персонификации власти.

Итак, основываясь на мнении граждан, мы видим, что в процессе формирования репутации власти различных уровней существенную роль играет репутация всех основных субъектов власти, в результате взаимодействия и взаимовлияния которых формируется так называемое единое репутационное пространство российской власти. Таким образом, для формирования позитивной репутации власти на каждом ее уровне важным является понимание их взаимосвязи и взаимозависимости при особом внимании, конечно, к репутации непосредственного субъекта власти. Совокупная же репутация российской власти требует реализации единых целенаправленных действий по улучшению репутации конкретных должностных лиц и органов власти на всех ее уровнях.

Библиографический список

Важенина И.С. Концептуальные основы формирования имиджа и репутации территории в конкурентной среде: автореф. дис. ... д-ра экон. наук. — Екатеринбург, 2008. 41 с.

Официальный сайт проекта. URL: http://www. smolvlast.ru.

Трубецкой А.Ю. Категория репутации в социально-политической коммуникации: автореф. дис. ... д-ра психол. наук. — М., 2006. — 47 с.

Туронок С.Г., Бахтина И.А. Игра в политику (теоретический аспект массовых политических коммуникаций) // Вестник Московского университета. Серия 21. Управление (государство и общество). — 2008. — № 4. — С. 59—72.

Меркулов П.А. Методология изучения государственной молодежной политики — приглашение к дискуссии. Вестник Ассоциации ВУЗов туризма и сервиса. 2012. № 4 (23). С. 79—82.

Мироненко Н.В. Особенности формирования сетевой модели публичного государственного управления в регионах ЦФО// Экономика образования. — 2011. — № 3. — С. 197—199.

Мироненко Н.В. Информационная сетизация как стимул экономического роста регионов //Известия Тульского государственного университета. Экономические и юридические науки. — 2012. — № 1—1. — С. 464—470.

Розанова Н.Н.Улучшение репутации власти: перспективы внедрения общественной оценки деятельности государственных гражданских служащих// Век качества. — 2013. — № 3. — С. 22—25.

Огнева В.В., Болховитина Т.С. Социально-политическая активность, как фактор повышения эффективности интернет-коммуникационного взаимодействия власти и общества// Известия Тульского государственного университета. Серия: Математика. Механика. Информатика. — 2013. — № 2. — С. 54.

Reference

1. Vazhenina I.S. Conceptual bases of forming the image and reputation of the territory in a competitive environment: Author. dis. Dr. ... ehkon. Sciences. — Ekaterinburg, 2008 41.

2. The official site of the project. URL: http: // www. smolvlast.ru.

3. Troubetzkoy A.Y. Category reputation in social and political communication: Author. dis. ... Dr. psychol. Sciences. — M., 2006 — 47.

4. Turonok S.G., Bakhtin I.A. The game of politics (the theoretical aspect of political mass communications) // Bulletin of Moscow University. Series 21 Control (state and society). — 2008. — № 4. — S. 59—72.

5. Merkulov P.A. Methodology for studying the state youth policy — for Discussion Bulletin of the Association of Universities for Tourism and Service. 2012. № 4 (23). S. 79—82.

6. Myronenko N.V. Osobennosti formation of the network model of public governance in the regions of the Central Federal District // Economics of Education. 2011. № 3. S. 197—199.

7. Myronenko N.V. Information setizatsiya as a stimulus for economic growth regions // News Tula State University. Economic and legal sciences. 2012. № 1—1. S. 464—470.

8. Rozanov N.N.Uluchshenie reputation power: prospects for implementation of public evaluation of civil servants // Century of quality. 2013. № 3. S. 22—25.

1 Здесь и далее представлены результаты анкетного опроса, январь 2014 г., 305 респондентов, жители г. Смоленска и Смоленской области.

Rozanova N.N., rozznina@yandex.ru, Ph.D., Associate Professor Smolensk State University
rozznina@yandex.ru

UNIFORM REPUTATION SPACE OF THE RUSSIAN POWER: RESULTS OF SOCIOLOGICAL RESEARCH (at regional level)

Summary. The article presents the results of sociological research (on the example of the Smolensk region), revealing the interrelation and interdependence of the reputation of federal, regional and municipal authorities of the executive and legislative branches, forming uniform reputation space of the Russian power.

Key words: reputation; power; evaluation of reputation; formation of positive reputation, reputation space.