

28. Турусов В., Шевченко В. Дороже всякой нефти, дороже золотых и железных руд... // Коммуна. Информационный портал Воронежа и Воронежской области. – 27.02.2015. URL: http://communa.ru/nauka_i_obrazovanie/dorozhe_vsyakoy_nefti-_dorozhe_zolotykh_i_zheleznykh_rud/
29. Хохлов А.В. Справочные материалы по географии мирового хозяйства. 2016. Вып. 1. М.: Консалтинговая компания «Влант», 2016.
30. AQUASTAT. Global Water Information System. URL: http://www.fao.org/nr/water/aquastat/countries_regions/Profile_segments/RUS-WR_eng.stm
31. BP Statistical Review of World Energy. June 2016. URL: <http://www.bp.com/en/global/corporate/energy-economics/statistical-review-of-world-energy.html>
32. CIA World Factbook. 2015. URL: <https://www.cia.gov/library/publications/resources/the-world-factbook/>
33. FAOSTAT. Arable land by country. URL: <http://faostat3.fao.org/download/R/RL/E>
34. FAOSTAT. Net emissions/removals by country (CO₂ equivalent). URL.: <http://faostat3.fao.org/browse/G2/GF/E>
35. OECD. Uranium 2009: Resources, Production and Demand. OECD NEA Publication 6891. 2010.
36. Sauter Michael, Stockdale Charles, Ausick Paul. The World's Most Resource-Rich Countries // 24/7 Wall St. April 18, 2012. URL: <http://247wallst.com/special-report/2012/04/18/the-worlds-most-resource-rich-countries/3/>
37. United Nations List of Protected Areas. Cambridge: UNEP World Conservation Monitoring Centre, 2014.
38. U.S. Geological Survey, Mineral Commodity Summaries. January 2016. URL: <http://minerals.usgs.gov/minerals/pubs/mcs/>.
39. Where is the wealth of nations? Measuring Capital for 21st Century. The World Bank, Washington, 2006. P. 23.
40. World hydro potential and development. Norwegian Renewable Energy Partners. URL: <http://www.intpow.com/index.php?id=487&download=1>

УДК 353:35.08(470.332)

Розанова Н.Н. (Смоленск)

РЕПУТАЦИОННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЕГИОНАЛЬНОЙ ВЛАСТИ (НА ПРИМЕРЕ СМОЛЕНСКОЙ ОБЛАСТИ)¹

Rozanova N.N.

REPUTATIONAL CHARACTERISTICS OF THE REGIONAL POWER (ON THE EXAMPLE OF SMOLENSK REGION)

Аннотация. В статье представлены результаты исследования репутации региональной власти на примере Смоленской области. Определяются ее приоритетные и значимые содержательные характеристики, по мнению как населения (своего рода «взгляд извне»), так и представителей самой власти – государственных гражданских служащих органов исполнительной власти Смоленской области («взгляд изнутри»). Соотносится понимание содержания репутации населением и властью и выявляется степень единства и зоны расхождения в их мнении.

Abstract. Results of research of reputation of the regional power on the example of the Smolensk region are presented in article. Her priority and significant substantial characteristics, are determined by opinion as the population (some kind of "a look from the outside"), and representatives of the power – the public civil servants of executive authorities of the Smolensk region ("insides"). The understanding of content of reputation by the population and the power corresponds and degree of unity and a zone of a mismatch in their opinion comes to light.

Ключевые слова: репутация региональной власти; содержательные характеристики репутации; население; государственные гражданские служащие, Смоленская область.

Keywords: reputation of the regional power; substantial characteristics of reputation; population; public civil servants, Smolensk region.

Введение и постановка проблемы. Современные условия непростой международной обстановки и значительной внешнеполитической изоляции нашей страны актуализируют задачи наращивания внутриполитического доверия, репутационно-

го капитала российской власти [3; 5; 6; 17; 18], призванного способствовать консолидации усилий государства и общества для совместного преодоления кризисных явлений в различных сферах социально-экономического и политического развития страны.

¹ Исследование выполнено при финансовой поддержке РГНФ в рамках научно-исследовательского проекта «Информационно-аналитическое продвижение реальной репутации региональной власти», № 16-03-00503 а.

И если высокий уровень доверия к Президенту России, наблюдаемый на протяжении последних лет и иллюстрируемый опросами ВЦИОМа, в определенной степени сказывается на улучшении восприятия населением деятельности субъектов федеральной власти, то для регионального уровня проблема наращивания репутационного капитала, как территории в целом, так и институтов, формирующих ее положительную репутацию, остается по-прежнему актуальной [1; 2; 9–11; 16].

Репутационный капитал региона трактуется исследователями как развернутый комплекс оценочных представлений, сформированных на основе объективных параметров [10, с. 112]. Среди институтов, создающих репутацию территории, И.С. Важенина называет органы федеральной, региональной и муниципальной власти; политические партии и движения; средства массовой информации; профессиональные объединения и союзы; общественные организации; рекламные и PR-агентства; Интернет-сообщество и т.д. [2, с. 26–27].

Таким образом, важнейшей составляющей репутационного капитала региона является репутационный капитал региональной власти, под которым мы понимаем совокупность ценностных характеристик региональной власти, приобретенных ею благодаря наличию позитивной репутации у населения региона и наделяющих власть дополнительными социально значимыми преимуществами. К таким преимуществам можно отнести: гарантии поддержки (разделение населением) реализуемой в регионе государственной политики; высокий потенциал конструктивного сотрудничества власти и общества; благоприятные условия для реализации государственно-частного партнерства; инициативность и активность населения; заинтересованное участие в поиске перспективных направлений регионального развития; высокую избирательную активность населения; устойчивость положения власти; способность к более адекватной, взвешенной реакции на антикризисные меры власти и др.

В то же время, исследователи указывают на значительную стихийность процесса управления репутацией в современной региональной политике, подчеркивая его ориентацию на массовые коммуникации и манипулятивные технологии: происходит подмена репутации имиджем, что приводит к сни-

жению авторитета местных политических субъектов [9, с. 9].

Начало исследования категории «репутация» в социально-политическом контексте в отечественной науке связано с изучением политического лидерства (А.Г. Блудова, Е.В. Егорова-Гантман, А.Р. Галлямов, А.Ю. Кошмаров, С.В. Нестерова, Б.Д. Парыгин, А.М. Цуладзе, Е.Б. Шестопал и др.). Вопросам репутационного менеджмента посвящены исследования многих российских авторов, преимущественно это аналитические работы по паблик рилейшнз (в том числе, политическому PR, GR), имиджелогии, массовым коммуникациям, социологии управления, связанные с репутационной проблематикой политической сферы (М.П. Бочаров, А.Ф. Векслер, И.А. Викентьев, В.С. Комаровский, Д.В. Ольшанский, А.Ю. Панасюк, Е.А. Петрова, Г.Г. Почепцов, А.Ю. Русаков, А. Санаев, С.М. Тучков, О.А. Феофанов, А.Н. Чумиков, В.М. Шепель, Ф.И. Шарков и др.).

Ряд научных исследований посвящен репутации политических субъектов, технологии и особенностям ее формирования и реализации (А.Р. Галлямов, Е.В. Коган, А.Ю. Кошмаров, З.Р. Мингазова, А.Ю. Трубецкой, Н.В. Устинова, И.Г. Харламов и др.), отдельным предметом изучения становится репутационный капитал политических субъектов (И.В. Варламова, К. Великанов, Н.Е. Гранкин, А.Ю. Кравчук, А.Э. Рудакова, А.Э. Соколова, Е.С. Тихомирова и др.).

Рассмотрению политического пространства региона, вопросам его продвижения, территориального маркетинга, формирования имиджа и репутации, в том числе, в политическом пространстве, посвящены исследования С.Н. Андреева, Н.А. Андриановой, О.В. Артюх, И.М. Бусыгиной, И.С. Важениной, А.Н. Вихрова, В.Я. Гельман, Т.Б. Гердт, А.А. Добриковой, Е.Ю. Доморовской, С.Н. Еремеева, Н.Ю. Замятиной, В.Н. Колосова, Ю.В. Кудашовой, Ю.М. Маркиной, Р.Н. Мингалеева, Н.С. Мироненко, А.П. Панкрухина, Т.В. Поляковой, В.И. Суханова, Ю.В. Тарановой, Р.Ф. Туровского, Н.А. Цветкова, И.А. Шабалина, В.Н. Якимец, М.В. Яковлева и др.

В изучении репутации власти существенную роль играют исследования по избирательному процессу, политическому менеджменту, маркетингу и консал-

тингу (В.Н. Амелин, К.П. Боришлопец, С.В. Вилков, С.Л. Головачева, Т.Э. Гринберг, М.Л. Гунаре, И.Л. Недяк, И.А. Новожилова, Д.В. Ольшанский, Е.Н. Пашенцев, Г.В. Пушкарева, О.Ф. Русакова, С.В. Устименко, С. Фаер, Ф.И. Шарков и др.).

В то же время, сохраняется актуальность дальнейшего изучения репутации власти, особенно на региональном уровне, поскольку в современной отечественной науке, в отличие от имиджа различных субъектов власти, она только становится предметом самостоятельного исследования.

В данной связи представим результаты изучения репутации региональной власти на примере Смоленской области. В рамках реализации научно-исследовательских проектов² ставился ряд задач, в том числе:

- определить сущностное понимание репутации власти (на примере исполнительной власти Смоленской области), выявить ее содержательные характеристики, провести оценку репутации как населением, так и представителями самой власти – государственными гражданскими служащими органов исполнительной власти (ОИВ) Смоленской области;
- соотнести понимание репутации населением и властью для определения степени единства в понимании категории «репутация региональной власти» для выявления ключевых проблемных зон и приоритетных направлений дальнейшей работы по формированию позитивной репутации.

В рамках данной статьи остановимся на выявлении степени единства в содержании репутации региональной власти населением и властью. Значительная разница в данном соотношении условно обозначена как «зона рассогласования», которая может быть критической при наиболее существенном разрыве.

Методика исследования. Изучение репутации региональной (исполнительной) власти проводилось методами социологического исследования с помощью анкетных опросов двух целевых групп: жителей г. Смоленска и районов Смоленской области (январь 2014 г., 305 респондентов; выборка многоступенчатая, гнездовая, квотированная

по полу, возрасту, территории проживания); государственных гражданских служащих органов исполнительной власти Смоленской области (июнь 2014 г., 127 респондентов, что составляет 10% от общего числа служащих; выборка многоступенчатая, гнездовая, квотированная по категориям должностей государственной гражданской службы).

Исследование проводилось на основе разработанной автором формы анкеты. В частности, содержательные характеристики репутации региональной власти были выделены, исходя из результатов анализа разработок отечественных ученых (в том числе, например, с учетом подхода к выделению критериев социальной эффективности государственного управления Г.В. Атаманчука) и нормативно-правовых актов, определяющих показатели эффективности органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации.

Названия двух основных целевых групп: «население» и «госслужащие» (государственные гражданские служащие органов исполнительной власти Смоленской области) определены условно, исходя из задач изучения репутации региональной власти «извне» – основным субъектом – носителем мнения о репутации власти – представителем «обычного» населения, не являющимся одновременно носителем репутации, и «изнутри» – субъектом самой власти, непосредственным носителем репутации.

Также особо отметим, что в рамках данной статьи мы не останавливаемся на представлении особенностей мнения населения по территориальному признаку (горожане и жители сельской местности) в силу отсутствия принципиальной разницы в выделении содержательных репутационных характеристик данными группами.

1. Содержание репутации региональной власти. Для определения содержания понятия «репутация региональной власти» происходило ранжирование характеристик репутации из заданного перечня, включающего 60 характеристик.

Содержание репутации региональной власти – это ее значимые характеристики, совокупность которых позволяет судить о репутации власти в целом. Именно на основе данных характеристик складывается

² Гранты РГНФ: «Оценка репутации региональной власти», проект № 11-12-67007 а/Ц, 2011–2012 гг.; «Технология формирования позитивной репутации региональной власти» № 14-03-00549 а, 2014–2015 гг.).

представление о репутации региональной власти. Проектируемые нами репутационные характеристики (содержание репутации) региональной власти были объединены в два основных блока: институциональный и деятельностный.

Институциональные (профессиональные) характеристики репутации власти – это внутренние качественные характеристики самой власти, отражающие представление о том, какой должна быть власть; преимущественно они являются довольно абстрактными собираемыми категориями.

Деятельностные характеристики репутации власти – это качественные характеристики власти, отражающие представление о том, что должна делать региональная власть, чтобы быть результативной; они вполне конкретны.

Также было допущено предположение о наличии четырех *приоритетных, обобщающих характеристик репутации региональной власти*, исходя из социального предназначения власти. Данные характеристики как бы объединяют в себе все содержательные характеристики репутации и отражают ее целостное сущностное понимание как своего рода критерия социальной эффективности власти:

- результативность деятельности власти;
- доверие населения;
- «служение народу» – социальная ориентация власти;
- идентификация населения и власти – единство целей, ценностей, интересов.

Сначала представим *результаты исследования по выявлению степени единства населения и власти в выделении самых значимых институциональных характеристик репутации региональной власти*. Вопрос к респондентам звучал следующим образом: «Какие из перечисленных характеристик, на Ваш взгляд, в наибольшей степени создают репутацию региональной власти?». Из 31 характеристики нужно было выбрать не более 10 вариантов. На рисунке 1 приводятся данные по соотношению мнения власти и населения при ранжировании предложенных характеристик репутации институционального блока. Шкала показывает процент респондентов, выбравших те или иные характеристики в качестве 10 основных.

Для выявления степени единства мнения населения и власти проведем сопоставитель-

ный анализ по четырем условно выделенным группам репутационных характеристик, определенных по критерию их значимости: приоритетные (обобщающие) характеристики; характеристики высокой, средней и низкой степени значимости.

II. Приоритетные репутационные характеристики и характеристики высокой степени значимости.

1. В качестве *приоритетных (обобщающих) характеристик репутации региональной власти и населения*, и госслужащие выделили результативность и доверие. При этом у населения, в отличие от госслужащих, с явным отрывом лидирует результативность власти, в качестве приоритетной характеристики ее выбрали почти 80% смолян. То есть для населения репутация региональной власти – это, в первую очередь, результаты ее деятельности. При этом доверие занимает вторую по значимости позицию, но с отставанием в почти 20%! Данный результат представляется важным, поскольку как в публицистике, так и научной литературе довольно распространенным является отождествление понятия репутации с доверием. Репутация – это не просто доверие, а прежде всего доверие, основанное на реальных результатах деятельности власти.

2. В *характеристики репутации высокой степени значимости* мы включили 10 лидирующих характеристик (ТОП-10), поскольку именно такое их количество требовалось выбрать из всех предложенных с учетом уже рассмотренных приоритетных характеристик (рис. 2–3).

Мы видим, что большинство репутационных характеристик совпадает, разница заключается в двух из них для каждого субъекта. Для населения – это выполнение взятых обязательств и единство целей, ценностей и интересов власти и населения; для госслужащих – учет мнения населения и справедливость. В то же время отметим, что хотя данные характеристики нельзя отнести к ТОП-10 для обоих субъектов, три из них вошли в следующую по значимости группу характеристик как для населения, так и для власти, и получили сопоставимые результаты.

Исключение составляет такая характеристика, как единство целей, ценностей и интересов власти и населения. Она вошла в условно обозначенную нами «зону рассогласования» в едином понимании содержа-

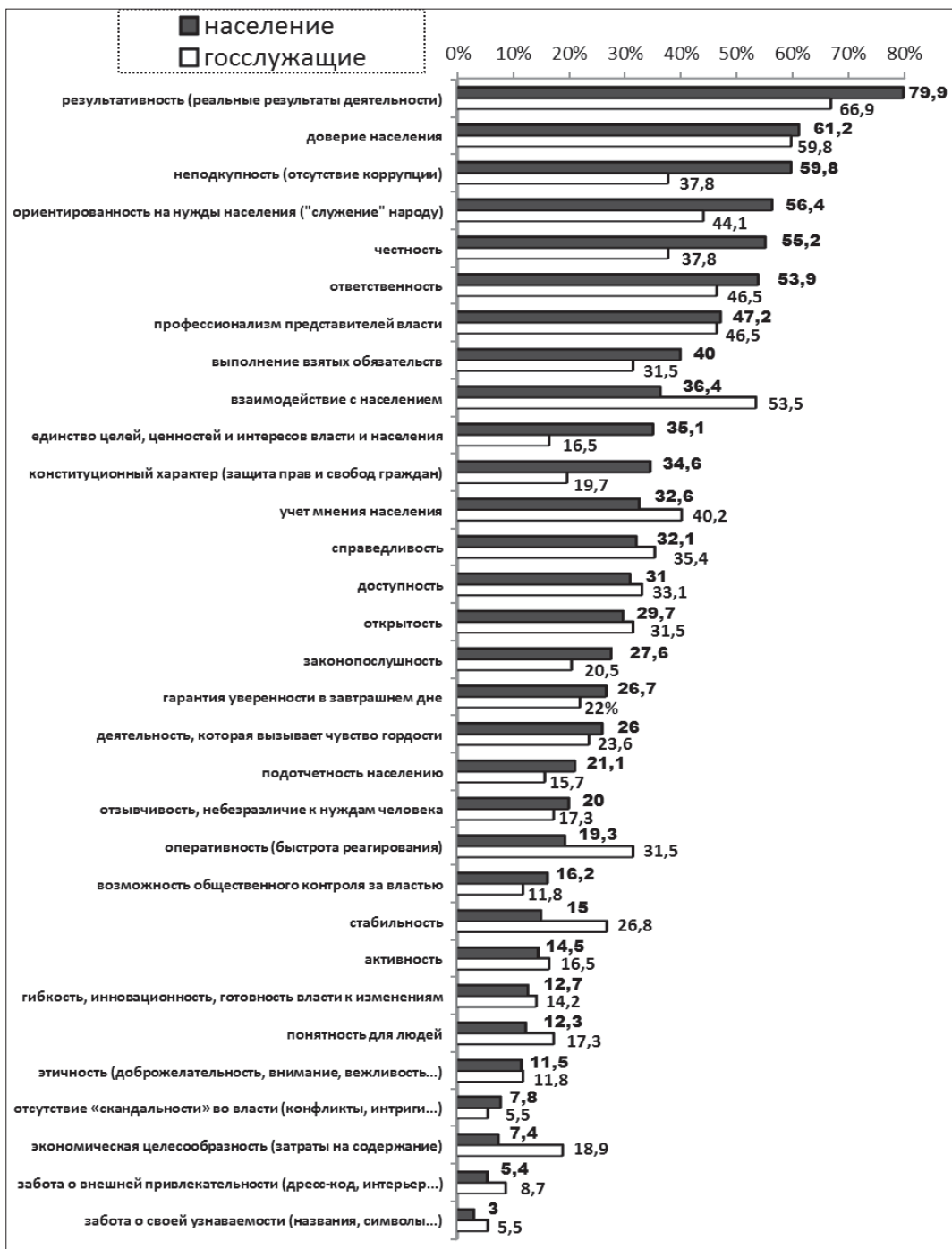


Рис. 1. Ранжирование институциональных характеристик репутации региональной власти, по мнению населения и государственных гражданских служащих ОИВ Смоленской области

ния репутации региональной власти, представляющую собой набор содержательных характеристик репутации, по которым у населения и власти есть существенная разница во мнении об их значимости (превышает 10%). Более 35% населения включили единство

целей, ценностей и интересов власти и населения в число наиболее значимых, создающих репутацию региональной власти. Таковой она является только для 16,5% госслужащих. На наш взгляд, это довольно опасный идейно-смысловой разрыв, который может



Рис. 2. Топ-10 институциональных характеристик репутации региональной власти, по мнению населения Смоленской области

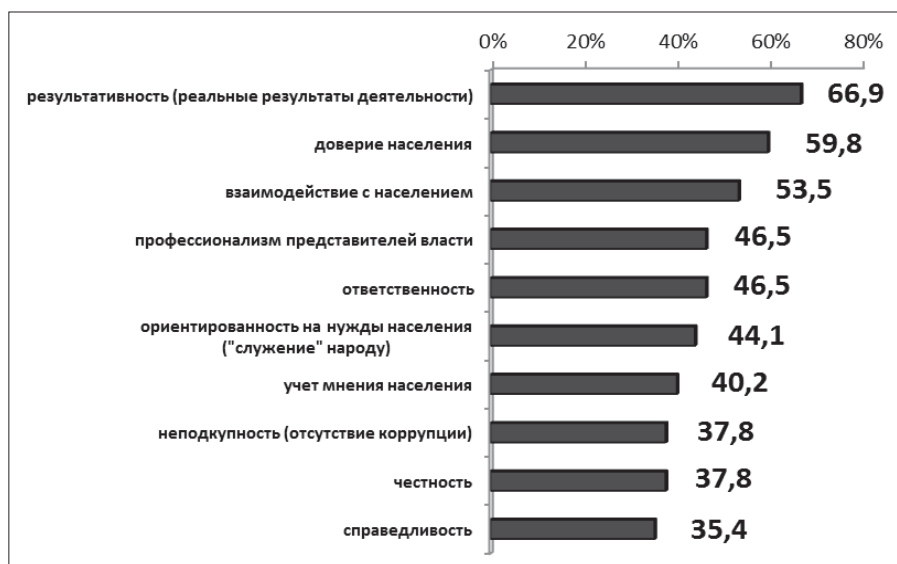


Рис. 3. Топ-10 институциональных характеристик репутации региональной власти, по мнению государственных гражданских служащих ОИВ Смоленской области

свидетельствовать о наличии потенциальной или реальной проблемы отчуждения населения от власти.

Также в рассматриваемой группе необходимо особо выделить те характеристики, которые разделяет большинство опрошенных (более 50%). Для населения это неподкупность, служение народу, честность и ответственность. Для госслужащих – взаимодействие с населением. На наш взгляд, данный факт свидетельствует о том, что у населения есть более четкое понимание институционального содержания репутации региональной власти, чем у самой власти,

что выражается в большем единстве мнений при выборе характеристик.

Таким образом, анализ результатов исследования показывает, что из четырех проектируемых приоритетных характеристик репутации региональной власти (результативность, доверие, «служение народу», единство целей, ценностей, интересов власти и населения) все вошли в число наиболее значимых как для населения, так и для власти, за исключением последней, которую госслужащие отнесли к характеристикам низкой степени значимости. Тем не менее только две из них – результативность и доверие – названы

в числе первых, и их действительно можно считать ключевыми обобщающими характеристиками, которые как бы аккумулируют в себе все остальные.

III. Репутационные характеристики средней и низкой степени значимости.

3. Рассмотрим репутационные *характеристики средней степени значимости*. В данный блок были включены 10 следующих за лидирующими характеристик (с 11 по 20). В основном они получили «поддержку» около 20–30% как населения, так и госслужащих.

Мнение субъектов совпадает по 6 из 10 характеристик: конституционный характер (здесь наблюдается зона рассогласования), доступность, открытость, законопослушность, гарантия уверенности в завтрашнем дне и деятельность, которая вызывает чувство гордости.

Ранее мы уже отмечали, что еще три характеристики (учет мнения населения и доступность госслужащие отнесли к группе высокой степени значимости, а население – к средней; выполнение взятых обязательств, наоборот, более значимо для населения) хотя и вошли у обоих субъектов в разные группы, но принципиально близки в количественном (процентном) отношении.

Две репутационные характеристики (подотчетность населению и отзывчивость, безразличие к нуждам населения), которые для населения имеют среднюю степень значимости, госслужащими отнесены к низкой. И, наоборот, три характеристики, вошедшие у госслужащих в данный блок (оперативность, стабильность, экономическая целесообразность), для населения не так значимы. При этом все они входят в зону рассогласования.

4. Соотнесем *репутационные характеристики низкой степени значимости*. Сюда входят оставшиеся 11 характеристик, которые были выбраны наименьшим количеством респондентов в качестве значимых (преимущественно до 20%). По 8 из них наблюдается единство во мнении.

В рамках предыдущего блока уже были рассмотрены несовпадения во мнении субъектов по характеристикам, отнесенным к блокам средней и низкой степеней значимости. Там же была определена зона рассогласования, к которой также присоединяется репутационная характеристика – единство целей, ценностей и интересов власти и насе-

ления. По данной характеристике наблюдается самый большой разрыв во мнении субъектов, поскольку у населения она входит в число наиболее значимых, а для госслужащих – наименее значимых.

Сделаем основные выводы по выявлению степени единства населения и власти относительно институционального блока характеристик репутации региональной власти.

Степень *принципиального совпадения мнения населения и госслужащих* наблюдается по большинству *содержательных репутационных характеристик институционального блока* во всех группах, различающихся по степени значимости. В том числе выделены одинаковые приоритетные характеристики: результативность и доверие; по характеристикам высокой степени значимости также существует принципиальное единство. При этом у населения есть более четкое понимание институционального содержания репутации региональной власти, чем у самой власти, что выражается в большем единстве мнений при выборе характеристик.

В то же время есть и определенная *зона рассогласования в едином понимании содержания репутации региональной власти по институциональному блоку* (рис. 4).

Особое внимание следует обратить на так называемую *критическую зону рассогласования*, где смысловой разрыв наиболее существенен.

К данной зоне относится, в первую очередь, такая репутационная характеристика, как единство целей, ценностей и интересов власти и населения, которую население рассматривает как характеристику высокой степени значимости, а госслужащие – низкой.

Также к критической зоне можно отнести неподкупность (отсутствие коррупции) в силу большой разницы в расстановке акцентов. Роль неподкупности власти в содержании репутации для населения очень важна – для 60% она занимает третье по значимости место, и если бы не конкретная направленность, то ее можно было бы включить в группу приоритетных характеристик наряду с результативностью и доверием. Госслужащие также отнесли неподкупность к числу характеристик высокой степени значимости, но при этом так считает около 38% представителей власти (разрыв во мнении субъектов составляет 22%). Близки к критической зоне еще две характеристики (разрыв составля-



Рис. 4. Зона рассогласования институциональных характеристик репутации региональной власти, по мнению населения и государственных гражданских служащих ОИВ Смоленской области

ет более 17%): честность и взаимодействие с населением, при этом первая характеристика более значима для населения, вторая – для госслужащих.

IV. Степень единства населения и власти в понимании содержания репутации региональной власти.

Теперь перейдем к анализу результатов исследования по выявлению степени единства населения и власти в выделении самых значимых деятельностных характеристик репутации региональной власти. Задавание для респондентов звучало следующим образом: «Выберите, пожалуйста, 10 наиболее важных действий региональной власти, которые, на Ваш взгляд, лучше всего могут способствовать формированию ее репутации у населения». Всего было предложено 29 вариантов.

Ниже приводятся данные по соотношению мнения власти и населения при ранжировании предложенных характеристик репутации региональной власти деятельностного блока (рис. 5).

Проведем сопоставительный анализ репутационных характеристик по ранее определенным группам в зависимости от степени их значимости.

1. В деятельностном блоке в качестве приоритетной (обобщающей) характеристики репутации региональной власти и население, и госслужащие выделили создание условий для достойной жизни; наблюдается единство

мнения обоих субъектов и в количественном (процентном) отношении. При этом население определяет данную характеристику как явно лидирующую, с отрывом от остальных в 15%, то есть мы можем наблюдать ситуацию, аналогичную лидерству результативности как приоритетной характеристики институционального блока.

Заметим, что данная характеристика в качестве приоритетной проектируемой репутационной характеристики нами выделена не была, но стала таковой, исходя из результатов исследования и ее смыслового понимания как обобщающей: она как бы аккумулирует различные потребности и интересы населения, возможность реализации которых позволяет судить о результативности деятельности власти по разным направлениям: трудоустройство, медицина, образование и т.д. Таким образом, на наш взгляд, результативность власти, обозначенная в качестве приоритетной репутационной характеристики в рамках институционального блока, фактически конкретизирована в другой приоритетной характеристике и отражает степень создания властью условий для достойной жизни населения региона.

2. Соотнесем характеристики репутации высокой степени значимости – ТОП-10 – по деятельностному блоку (рис. 6–7).

Большинство репутационных характеристик, так же как и в институциональном блоке, совпадает, но для каждого из субъектов специфическими являются три

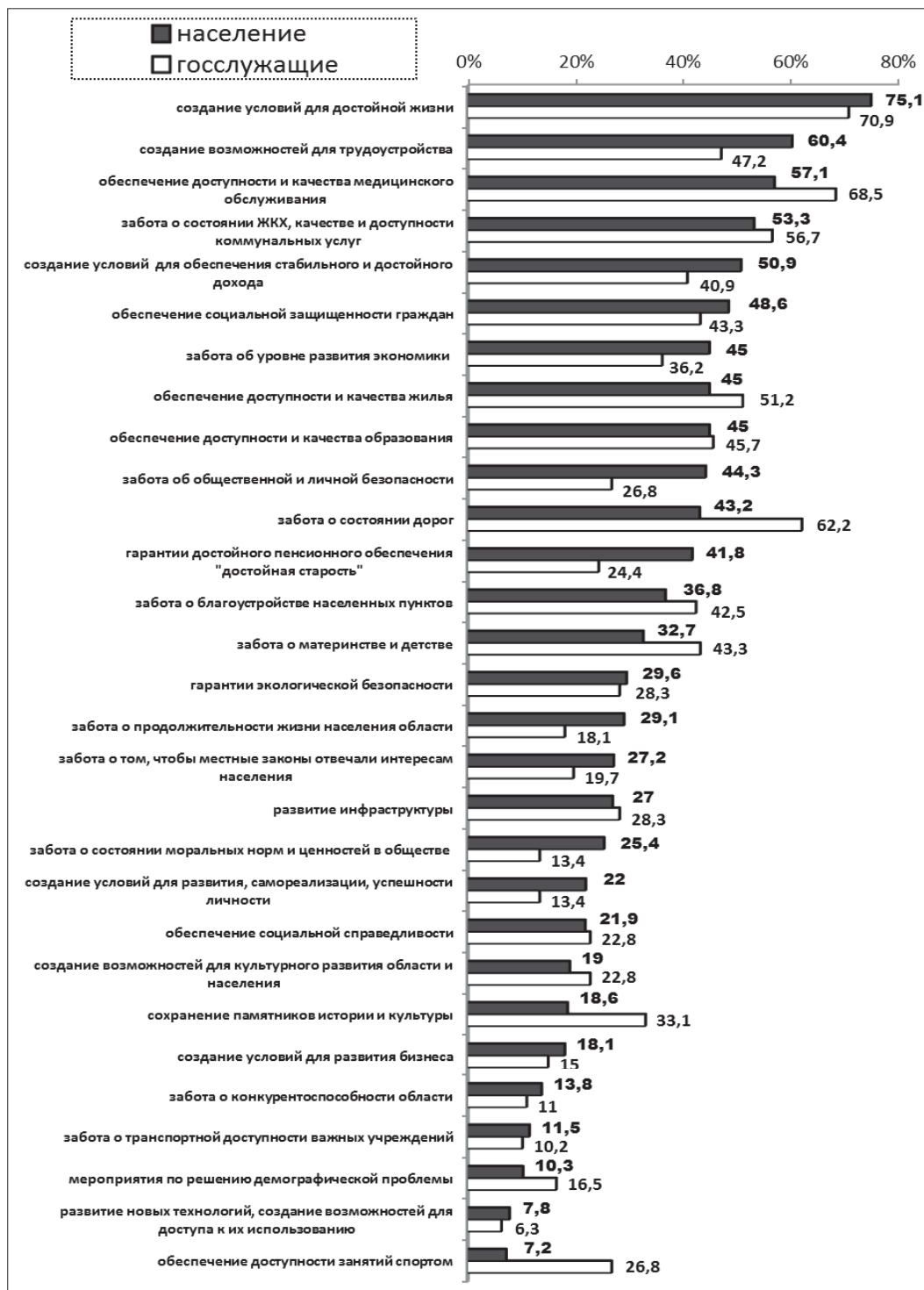


Рис. 5. Ранжирование деятельностных характеристик репутации региональной власти, по мнению населения и государственных гражданских служащих ОИВ Смоленской области

характеристики. Для населения это создание условий для обеспечения стабильного и достойного дохода, забота об уровне развития экономики и забота об общественной

и личной безопасности; для госслужащих – забота о состоянии дорог, материнстве и детстве и благоустройстве населенных пунктов. Аналогично институциональному блоку,



Рис. 6. Топ-10 деятельностных характеристик репутации региональной власти, по мнению населения Смоленской области



Рис. 7. Топ-10 деятельностных характеристик репутации региональной власти, по мнению государственных гражданских служащих ОИВ Смоленской области

хотя данные характеристики нельзя отнести к ТОП-10 для обоих субъектов, все они вошли в следующую как для населения, так и для власти (среднюю) по значимости группу характеристик. Но при этом результаты по двум из них (забота об уровне развития экономики, забота о благоустройстве населенных пунктов) сопоставимы в процентном отношении, а четыре другие (создание условий для обеспечения стабильного и достойного дохода, забота об общественной и личной безопасности, о состоянии дорог,

о материнстве и детстве) вошли в зону расхождения.

Также назовем те характеристики, которые выделяет большинство опрошенных (более 50%). Для населения это: создание возможностей для трудоустройства; обеспечение доступности и качества медицинского обслуживания; забота о состоянии ЖКХ, качестве и доступности коммунальных услуг; создание условий для обеспечения стабильного и достойного дохода. Для госслужащих это тоже обеспечение доступ-

ности и качества медицинского обслуживания; забота о состоянии ЖКХ, качестве и доступности коммунальных услуг; но также и забота о состоянии дорог, обеспечение доступности и качества жилья. Субъекты в первую очередь связывают репутацию власти с социально-экономическими результатами ее деятельности, обеспечивающими своего рода минимальный набор условий для нормальной жизни.

Таким образом, в отличие от институционального блока, где значительное единство мнений в выборе репутационных характеристик проявлялось у населения (выбор большинства опрошенных), в деятельностном блоке такое единство наблюдается и у власти.

3. Рассмотрим репутационные *характеристики средней степени значимости*. Мнение субъектов совпадает всего по трем из десяти характеристик: гарантии достойного пенсионного обеспечения, гарантии экологической безопасности и развитие инфраструктуры. При этом первая из них может быть отнесена к *зоне рассогласования*, поскольку задачи обеспечения «достойной старости» население связывает с репутацией в гораздо большей мере, чем власть (разрыв составляет более 17%).

Определенная часть несовпадающих характеристик, как уже отмечалось ранее, вошла в группу высокой степени значимости, остальные – в группу низкой степени значимости. Для населения более важны (госслужащие отнесли их к группе низкой степени значимости) четыре следующие репутационные характеристики: забота о продолжительности жизни населения области; забота о том, чтобы местные законы отвечали интересам населения; забота о состоянии моральных норм и ценностей в обществе; создание условий для развития, самореализации, успешности личности. Госслужащие, наоборот, в большей степени, чем население, связывают содержание репутации региональной власти с сохранением памятников истории и культуры, обеспечением доступности занятий спортом и созданием возможностей для культурного развития области и населения. В *зону рассогласования* вошли следующие характеристики: забота о продолжительности жизни населения области, забота о состоянии моральных норм и ценностей в обществе, сохранение памятников истории и культуры, обеспечение доступности занятий спортом.

4. Проанализируем *репутационные характеристики низкой степени значимости*. Сюда входят оставшиеся девять характеристик, которые были выбраны наименьшим количеством респондентов в качестве значимых (преимущественно до 20%). По пяти из них наблюдается единство во мнении обоих субъектов и отсутствует зона рассогласования. Четыре характеристики отнесены каждым из субъектов к предыдущей группе и были рассмотрены выше.

Выводы. Сделаем основные выводы по выявлению степени единства населения и власти относительно деятельностного блока характеристик репутации региональной власти.

Степень *принципиального совпадения мнения населения и госслужащих* наблюдается по большинству *содержательных репутационных характеристик деятельностного блока*. Выделена одна и та же приоритетная характеристика – создание условий для достойной жизни. По характеристикам высокой и низкой степени значимости также существует принципиальное единство. По ряду репутационных характеристик можно наблюдать более консолидированное мнение (выбор большинства) не только у населения (как в институциональном блоке), но и у власти. В отличие от институционального блока, в группе характеристик средней степени значимости наблюдается преимущественное расхождение во мнении субъектов.

Зона рассогласования в едином понимании содержания репутации региональной власти по деятельностному блоку представлена на рисунке 8.

В рамках данного блока *нет характеристик, которые относятся к критической зоне рассогласования*. Но близки к ней четыре характеристики (разрыв составляет более 17–19%): забота о состоянии дорог; забота об общественной и личной безопасности; гарантии достойного пенсионного обеспечения; обеспечение доступности занятий спортом. При этом первые три характеристики более значимы для населения, последняя – для госслужащих.

Таким образом, результаты исследования содержания категории «репутация региональной власти» позволяют говорить о принципиальном единстве мнения населения и самой власти. По-разному расставлены



Рис. 8. Зона рассогласования деятельностных характеристик репутации региональной власти, по мнению населения и государственных гражданских служащих ОИВ Смоленской области

акценты в выделении значимых репутационных характеристик (рис. 9; приоритетные и значимые характеристики репутации – характеристики, выбранные более чем половиной опрошенных).

В то же время большинство характеристик, не вошедших в зону высокой степени значимости, у обоих субъектов вошли в следующую по значимости группу и получили сопоставимые результаты. Но в едином понимании содержания репутации региональной власти есть и *зона рассогласования, критичность* в которой наблюдается по двум характеристикам: единство целей, ценностей и интересов власти и населения; неподкупность власти.

Таким образом, можно дать следующее определение категории «репутация (региональной) власти», единое в принципиальных моментах, как для самой власти, так и для населения. Данное определение дается с учетом различных научно-исследовательских подходов к проблеме репутации [см. 2; 4; 7–9; 12; 13; 15; 19–21 и др.].

Репутация (региональной) власти – это совокупность устойчивых, объективно сложившихся ценностных убеждений и рационально осознанных оценочных мнений

людей о власти, формируемых в значительной степени на основе опыта прямого и / или косвенного взаимодействия, вызывающих чувство доверия и отражающих степень результативности деятельности власти по удовлетворению интересов и потребностей граждан в создании условий для достойной жизни.

Довольно интересным является также и то, что самой важной (выбранной большинством) репутационной характеристикой для населения является результативность власти, а для госслужащих – создание условий для достойной жизни. С точки зрения целевой ориентации данных субъектов такая расстановка акцентов представляется правильной, поскольку население определяет результативность власти по критерию создания условий для достойной жизни, тогда как для самой власти важно, прежде всего, создавать эти условия для населения, а результативность является уже следствием приложенных усилий.

Итак, в результате проведенного исследования было выявлено принципиальное единство мнений населения и самой власти в понимании содержания репутации региональной власти на примере исполнительной



Рис. 9. Приоритетные и значимые характеристики репутации региональной власти, единые для населения и государственных гражданских служащих ОИБ Смоленской области

власти Смоленской области. Основным объектом формирования репутации региональной власти, на который направлено управленческое воздействие, является население, поэтому при выявлении степени единства в понимании содержания репутации в качестве исходного мы берем мнение населения, с которым соотносим мнение госслужащих. Именно от мнения граждан о репутации региональной власти следует отталкиваться в выявлении ее недостатков и направлений улучшения. Мнение же госслужащих и сте-

пень его отличия от мнения населения является тем аспектом, на который в процессе исследования нужно обратить особое внимание. Представление власти о собственной репутации может привести к его прямому отождествлению с мнением граждан, отсутствию целенаправленной деятельности по его изучению, что в результате создает опасность нивелирования проблемных зон репутации и препятствует выстраиванию единой модели поведения населения и власти в процессе формирования ее позитивной репутации.

Библиографический список

1. Большаков С.Н., Григорьев А.Н. Масс-медиа в управлении репутационным капиталом региона // Вопросы управления. 2013. Вып. № 22 [Электронный ресурс]. URL: <http://vestnik.uapa.ru/issue/2013/01/04/> (дата обращения: 05.07.16).
2. Важенина И.С. Концептуальные основы формирования имиджа и репутации территории в конкурентной среде. Автореф. дисс. ... д-ра экон. наук. Екатеринбург, 2008. 41 с.

3. Великанов К. Репутационный капитал. Завоевание и поддержание доверия в XXI веке // Отечественные записки. 2014. № 1(58). С. 35–51.
 4. Горчакова В.Г. Имидж власти // Маркетинг в России и за рубежом. 2010. № 1. С. 117–121.
 5. Гранкин Н.Е. Политический имидж, репутационный капитал современной России: теоретико-концептуальные подходы // Среднерусский вестник общественных наук. 2008. № 1 (6). С. 64–69.
 6. Гришин О.Е., Соколова А.Э. Формирование репутационного капитала государства: инновационные информационно-коммуникативные технологии // PolitBook. 2013. № 2. С. 106–116.
 7. Дзялошинский И.М. Коммуникативная природа имиджа, репутации, бренда // PR-Линия. 2008. № 2. С. 6–8.
 8. Еременко А.Ю. Семантика термина «имидж» в политологии // Политическая лингвистика. 2012. № 2(40). С. 75–79.
 9. Коган Е.В. Управление репутацией в региональном политическом процессе РФ: на примере Челябинской области. Автореф. дисс. ... канд. полит. наук. М., 2013. 25 с.
 10. Кравчук А.Ю., Тихомирова Е.С. Репутационный капитал региона: вопросы создания и оценки // Ярославский педагогический вестник. 2010. № 4. Т. 1 (Гуманитарные науки). С. 112–115.
 11. Кудашова Ю.В. Технологии формирования публичного капитала в политическом позиционировании региона [Электронный ресурс]. URL: http://e-journal.spa.msu.ru/vestnik/item/27_2011_kudashova.htm (дата обращения: 15.07.16).
 12. Маслов И. В. Стратегия формирования положительного имиджа органов исполнительной власти в регионе // Современные исследования социальных проблем. Электронный научный журнал. 2011. Т. 8, вып. 4 [Электронный ресурс]. URL: http://sisp.nkras.ru/issues/2011/4/maslov_iv.pdf (дата обращения: 10.08.16).
 13. Молодов О.Б. Имидж региональных органов власти: теоретические основы и проблемы формирования // Вопросы территориального развития. Научный журнал ИСЭРТ РАН (сетевое издание). 2014. № 10(2). С. 1–12 [Электронный ресурс]. URL: <http://goo.gl/nLOFrm> (дата обращения: 23.06.16).
 14. Официальный сайт научно-исследовательского проекта «Репутация региональной власти» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.smolvlst.ru> (дата обращения: 15.06.16).
 15. Петрова Е.А. Имидж как фактор продуктивной политической коммуникации // Корпоративная имиджология. 2007. № 1 [Электронный ресурс]. URL: http://www.ci-journal.ru/article/70/200701polit_image (дата обращения: 08.06.16).
 16. Рудакова А.Э. Технологии формирования репутационного капитала субъектов Российской Федерации // Электронный научный журнал «Современные проблемы науки и образования». 2015. № 1 (ч. 1) [Электронный ресурс]. URL: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=17488> (дата обращения: 08.06.16).
 17. Рудакова А.Э., Гришин О.Е. Информационно-коммуникационный базис формирования репутационного капитала государства: технологический аспект // PolitBook. 2015. № 2. С. 63–73.
 18. Соколова А.Э. Репутационный капитал государства: проблема интерпретации термина в современной политической науке // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. 2012. № 10(24). Ч. I. С. 176–179 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.gramota.net/materials/3/2012/10-1/43.html> (дата обращения: 20.03.16).
 19. Трубецкой А.Ю. Категория репутации в социально-политической коммуникации. Автореф. дисс. ... д-ра психол. наук. М., 2006. 47 с.
 20. Устинова Н.В. Политическая репутация: сущность, особенности, технологии формирования. Автореф. дисс. ... канд. полит. наук. Екатеринбург, 2005. 18 с.
 21. Харламов И.Г. Управление формированием репутационного капитала // Власть. 2008. № 11. С. 89–92.
-
-