

ТРЕНДЫ В ОЦЕНКЕ РЕПУТАЦИИ ГУБЕРНАТОРА СМОЛЕНСКОЙ ОБЛАСТИ НАСЕЛЕНИЕМ РЕГИОНА*

Розанова Н.Н.** (Россия, г. Смоленск)

Аннотация. В статье представлены результаты социологического исследования по изучению репутации региональной власти в лице главы исполнительной власти – губернатора, на примере Смоленской области. Показаны тенденции в изменении мнения населения при оценке как совокупной репутации губернатора, так и основных ее содержательных характеристик (результативность, доверие, создание условий для достойной жизни). Прослеживается динамика в данной оценке за несколько последних лет, по результатам опросов 2012, 2014 и 2016 гг. Представлены существенные ценностные элементы репутационного образа главы региона. Делается вывод о степени мозаичности своего рода «портрета» губернатора – реального и идеального.

Выстраивание партнерских отношений по оси взаимодействия «власть – общество», направленных на достижение социального консенсуса, является одним из приоритетов современного развития демократического государства. Значимость диалога социальных институтов и органов власти, основанного на взаимном доверии, заключается в его способности создавать и накапливать активы: социальный, трансформируемый в гражданское общество; политический, обеспечивающий стабильность в стране, регионах; экономический, повышающий эффективность деятельности организаций; духовный, обеспечивающий приращение культурных ценностей [2, с. 37].

Существенным нематериальным активом, способным обеспечить устойчивое положение субъекту, приносящим прибыль в виде материальных, социальных, политических и других инвестиций, становится репутационный капитал – сложный конструкт, включающий сложившиеся в массовом сознании целевых групп впечатление и знание о характеристиках носителя репутации [3, с. 111]. Репутационный капитал рассматривается исследователями как форма трансформации репутации, ее следующий качественный уровень – позитивная репутация.

На уровне государства (как носителя репутации) репутационный капитал является существенным нематериальным активом, способным обеспечить его устойчивое положение на международной арене, инвестиции в экономику, социально-демографический комфорт внутри страны. На уровне региона репутационный капитал является стратегически важным направлением его развития, превращается в мощный инструмент повышения его инвестиционной привлекательности. Репутационный капитал региона трактуется исследователями как развернутый комплекс оценочных представлений, сформированных на основе объективных параметров [4, с. 112].

И.С. Важенина называет ряд институтов, формирующих репутацию территории: органы федеральной, региональной и муниципальной власти (законодательные и исполнительные); политические партии и движения; средства массовой информации; профессиональные объединения и союзы; торгово-промышленные палаты; общественные организации; организации культуры и науки; выставочно-ярмарочные организации; рекламные и PR-агентства; Интернет-сообщество; региональные производители товаров и услуг и т.д. [1, с. 26–27].

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 наде-

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

** Розанова Нина Николаевна, кандидат педагогических наук, доцент, ФГБОУ ВПО Смоленский государственный университет.

ляющих 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.

Изучение репутации региональной власти на примере исполнительной власти Смоленской области проводится автором с 2012 г. в рамках научно-исследовательских проектов РГНФ. В данной статье остановимся на результатах социологического исследования по изучению репутации главы исполнительной власти – губернатора Смоленской области: анкетные опросы жителей г. Смоленска и районов Смоленской области (ноябрь 2011 г. – январь 2012 г., январь 2014 г., декабрь 2016 г.), по 305 респондентов; выборка многоступенчатая, гнездовая, квотированная по полу, возрасту, территории проживания. Далее будут представлены результаты этих опросов (см. подробнее [5]).

Теоретическое и эмпирическое изучение категории репутации, ее содержания, в том числе, с учетом определенных населением приоритетных содержательных характеристик, позволило дать следующее определение.

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.

Определим ключевые тренды в оценке репутации губернатора Смоленской области по результатам анализа данных опросов населения в 2012, 2014 и 2016 гг. (рис. 1). Оценка проводилась по 6-балльной шкале, где 0 баллов – очень плохая, «отвратительная», 5 – отличная репутация.

Данные диаграммы иллюстрируют в целом положительную динамику в оценке репутации губернатора населением на протяжении пяти последних лет. В 2016 г. преобладает оценка на уровне 3–4 баллов (средний балл – 3,14). Наиболее существенное улучшение репутации губернатора наблюдается в 2014 году по сравнению с 2012 годом, особенно показательно значительное уменьшение доли крайне негативных оценок (0 и 1 балл).

Следует упомянуть, что в Смоленской области произошла смена губернаторов: в январе 2012 года граждане оценивали репутацию С.В. Антуфьева, в январе 2014 года – А.В. Островского. В то же время средний балл репутации губернатора по-прежнему был невысоким – 2,72 балла (в 2012 году – 2,05).

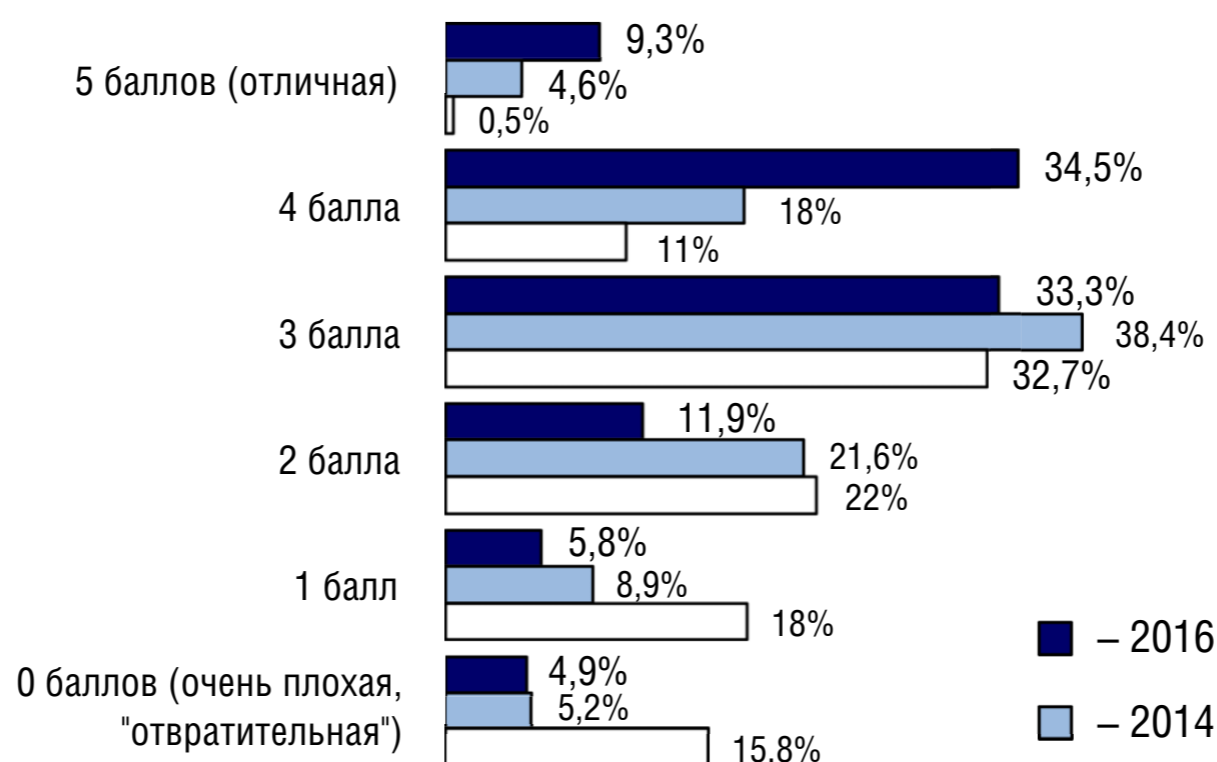


Рис. 1. Оценка репутации губернатора Смоленской области населением, в динамике 2012–2016 гг. (в % от числа опрошенных)

Отметим также тот факт, что оценка репутации С.В. Антуфьева проводилась практически перед его уходом с поста в апреле 2012 года по итогам пятилетнего губернаторства, а А.В. Островского оценивали за менее чем двухлетний период нахождения у власти, фактически на начальном этапе формирования его репутации.

В 2016 г. можно уже говорить о сформированной репутации А.В. Островского, по результатам также почти пятилетнего периода нахождения у власти. Положительная тенденция в оценке репутации губернатора в декабре 2016 г. по сравнению с январем 2014 г. связана со значительным – практически в два раза – увеличением доли хороших (4 балла) и существенным уменьшением (на 10%) двухбалльных оценок.

В то же время, данная положительная тенденция проявилась в меньшей степени (динамика в 0,35 балла), чем при изменении в оценке 2014 г. по сравнению с 2012 г. (динамика в 0,67 балла), что позволяет говорить о недостаточном развитии за последние три года своего рода кредита доверия, относительно успешно реализованного губернатором в течение первых двух лет нахождения у власти.

Теперь проанализируем оценку населением репутации возглавляемой губернатором Администрации, органов исполнительной власти области (рис. 2).

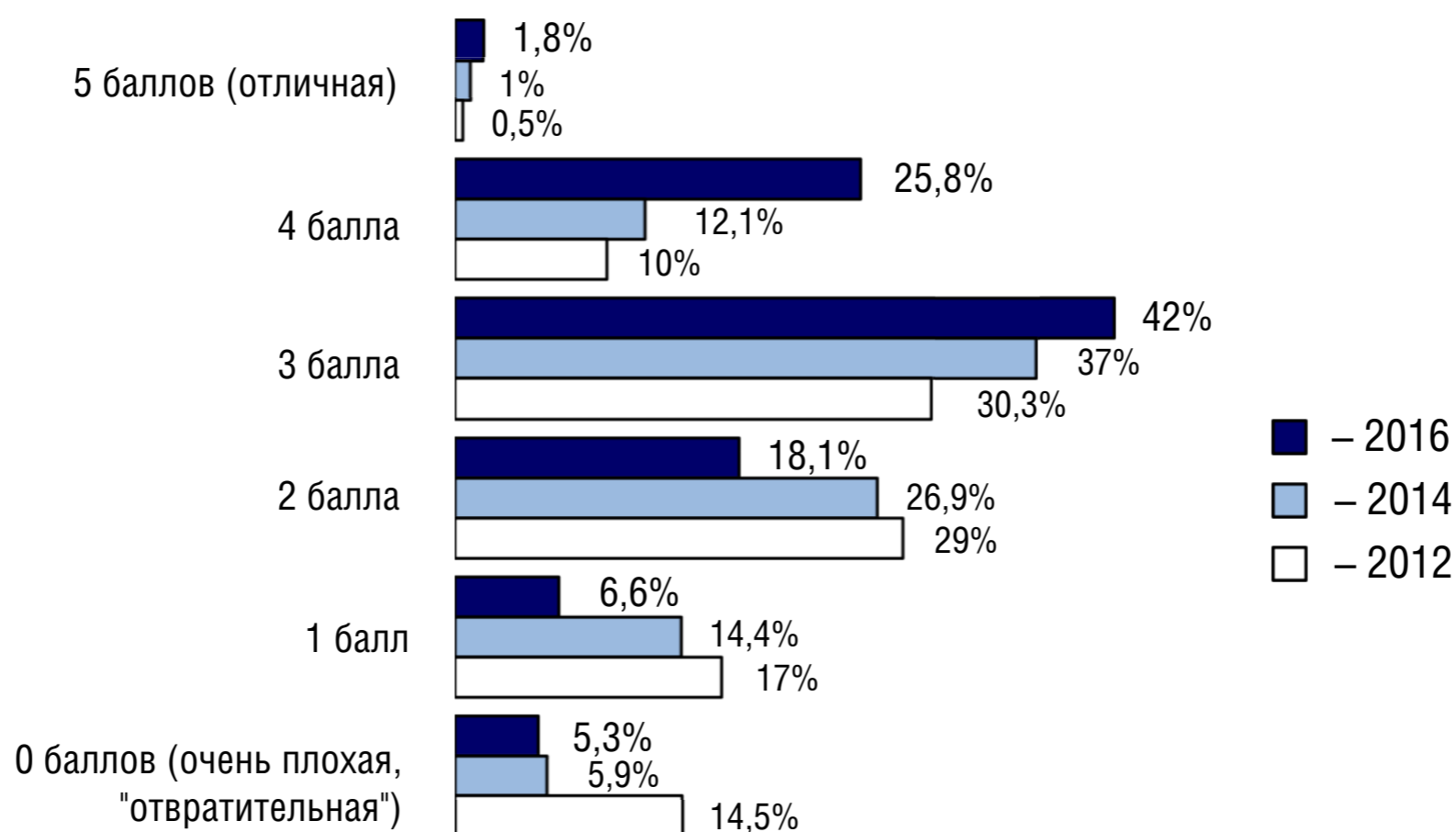


Рис. 2. Оценка репутации Администрации, органов исполнительной власти Смоленской области населением, в динамике 2012–2016 гг. (в % от числа опрошенных)

Мы видим, что репутация Администрации, органов исполнительной власти (ОИВ) Смоленской области также имеет тенденцию к улучшению. В 2016 году начинает преобладать оценка на уровне 3 и 4 баллов вместо 3 и 2 баллов в 2014 и 2012 годах. Почти у трети населения преобладает отрицательная оценка – 30% (0–2 балла), что существенно ниже, чем в 2014 году – 47,2%, и 27,6% оценивают репутацию положительно (4–5 баллов), в 2014 г. таких было всего 13,1%; большинство населения ставит тройку (42%). При этом в 2016 г., как и при оценке репутации губернатора, самое существенное – двукратное изменение, определяющее положительную динамику, – наблюдается на уровне хороших оценок (4 балла).

Репутация Администрации и ОИВ Смоленской области на протяжении всех лет оценивается населением хуже, чем репутация губернатора за счет меньшей доли высоких оценок и большей доли низких. В целом средний балл Администрации и ОИВ Смоленской области повысился с 2,04 балла в 2012 году до 2,38 – в 2014 и 2,83 – в 2016.

При оценке трех ключевых содержательных характеристик репутации: результативности, доверия и создания условий для достойной жизни (рис. 3–5) мы можем наблюдать ситуацию, аналогичную тенденциям в оценке совокупной репутации губернатора.

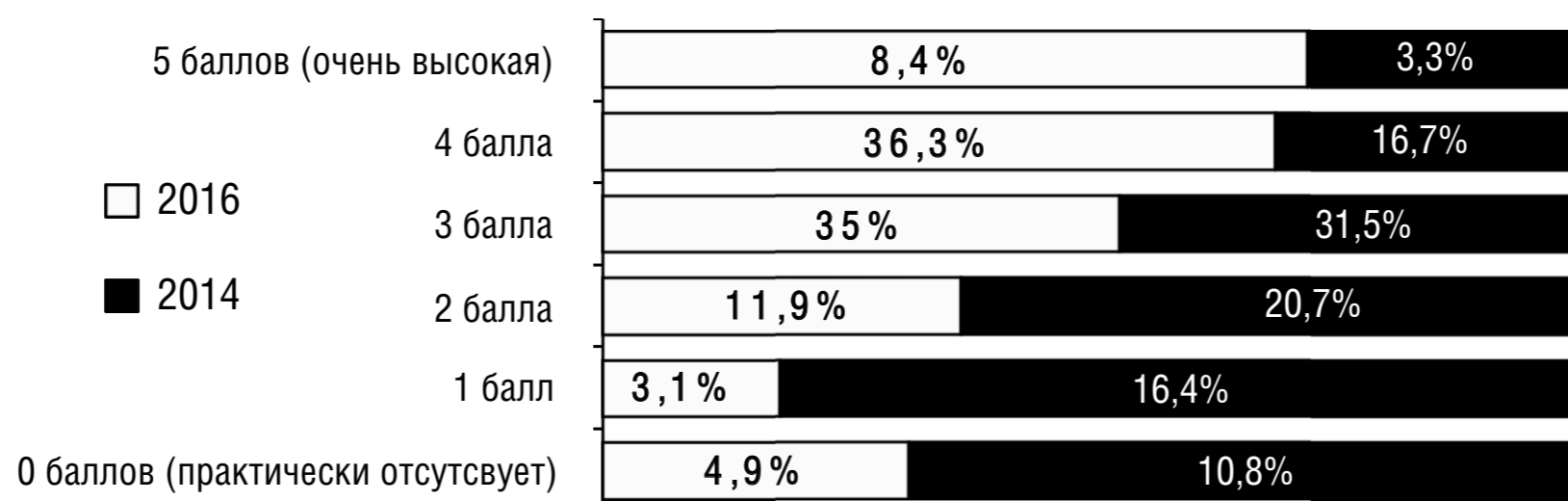


Рис. 3. Степень результативности губернатора Смоленской области в оценке населения, в динамике 2014–2016 гг. (в % от числа опрошенных)

Средний балл результативности губернатора в 2016 г. составил 3,21 балла (2014 г. – 2,35), что немного превышает совокупную оценку его репутации (3,14). Также следует отметить, что произошло выравнивание, и даже некоторое превышение оценки результативности над совокупной репутацией по сравнению с 2014 г. (тогда она составляла 2,72 балла).

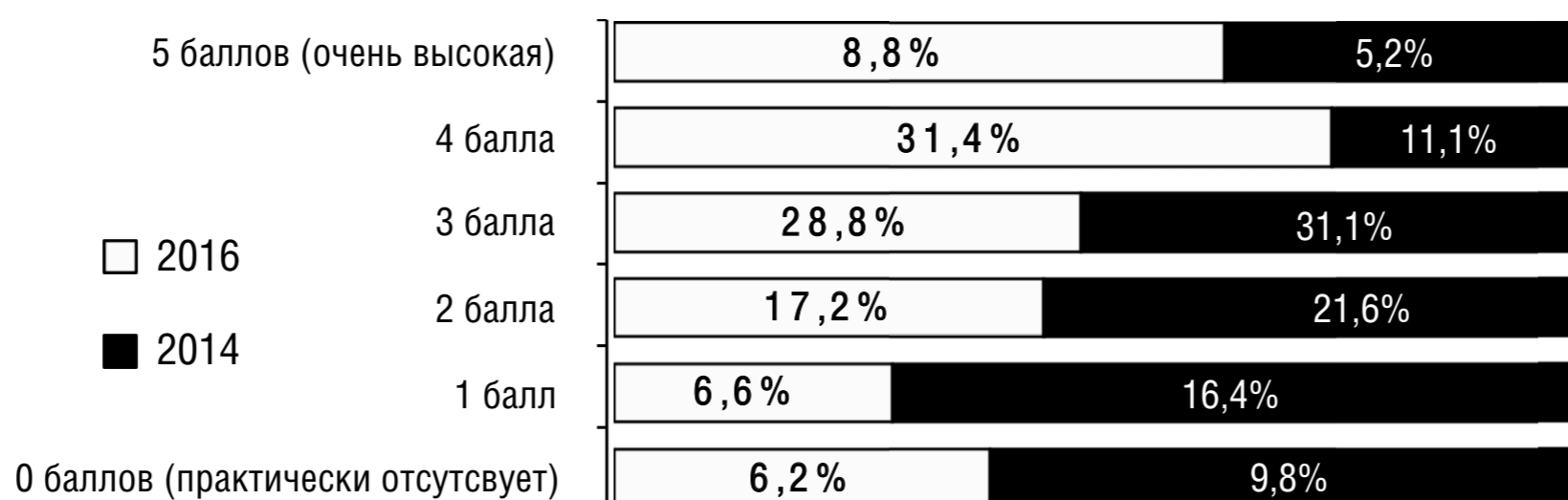


Рис. 4. Уровень доверия населения губернатору Смоленской области, в динамике 2012–2016 гг. (в % от числа опрошенных)

Средний балл доверия губернатору Смоленской области в 2016 г. составляет 3,0 (2014 г. – 2,35), что принципиально соответствует его совокупной репутации.

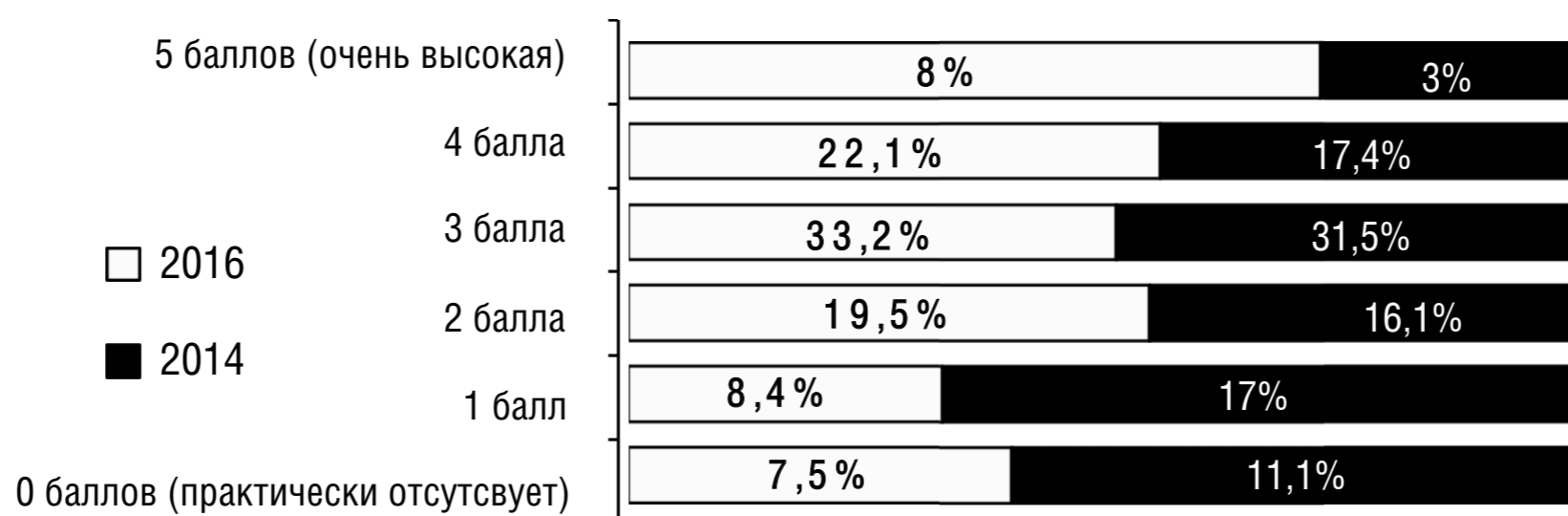


Рис. 5. Степень создания условий для достойной жизни губернатором Смоленской области, в оценке населения, в динамике 2014–2016 гг. (в % от числа опрошенных)

Средний балл создания губернатором Смоленской области условий для достойной жизни составляет 2,78 балла; 2014 г. – 2,22. По данной характеристике мы видим некоторое отставание от совокупной оценки его репутации.

В целом можно сказать, что оценка каждой из приоритетных репутационных характеристик населением принципиально совпадает с общей оценкой репутации. В то же время, отсутствие прямого соот-

ветствия оценки трех представленных характеристик совокупной оценке репутации губернатора свидетельствует о том, что при выстраивании целенаправленной работы по улучшению репутации необходимо провести анализ и оценку ее существенных содержательных элементов.

Теперь рассмотрим репутационный образ губернатора, своего рода «портрет», который составило население Смоленской области, на основе трех самых значимых ценностных характеристик. Формулировка вопроса звучала следующим образом: «Дайте, пожалуйста, в трех словах (сочетаниях слов), характеристику губернатору Смоленской области А.В. Островскому».

Всего было получено 545 характеристик, объединенных в два принципиальных смысловых блока, в результате чего получился реальный позитивный (71,2% от всех характеристик) и негативный (24,6%) портреты губернатора (рис. 6).

4,2% всех характеристик отнесены к нейтральным: молод, член ЛДПР, политик, руководитель, госслужащий, чиновник. Среди характеристик, набравших менее 1% упомянем следующие: «пытается что-то улучшить, помочь Смоленщине, заинтересован в развитии области»; «стратег, дальновидный, учитывает последствия своих действий»; «спокойный, уравновешенный»; «известный, узнаваемый»; «внушает доверие и уважение»; «надежный»; «хороший». И самая положительная, на наш взгляд, характеристика губернатора, которую дали смоляне – «губернатор на своем месте».

Существенные негативные характеристики, которые не нашли отражения в содержании диаграммы: «бюрократ», «ленивый», «не терпит критику и любит только похвалу», «неопытный и незрелый», «беспринципный», «не учитывает мнение граждан», «не авторитет». И самые, на наш взгляд, ярко окрашенные отрицательные мнения о губернаторе: «не умеет создать команду», «использует административное давление», «не пытается поднять Смоленскую область на новый уровень», «полный развал области», «чужой».

Анализ ценностных характеристик реального портрета губернатора свидетельствует о явном преобладании положительного мнения граждан. В то же время, каждая четвертая характеристика отрицательна.

В целом реальный портрет отличается мозаичностью, поскольку отсутствуют ярко выраженные характеристики, которые были бы определены большинством населения. Так, наиболее значимые из них даже не набрали 10%. Данный факт свидетельствует о недостаточно эффективной политике власти по формированию персонального бренда губернатора.

ТРЕНДЫ В ОЦЕНКЕ РЕПУТАЦИИ ГУБЕРНАТОРА СМОЛЕНСКОЙ ОБЛАСТИ НАСЕЛЕНИЕМ РЕГИОНА ...
Розанова Н.Н. (Россия, г. Смоленск)

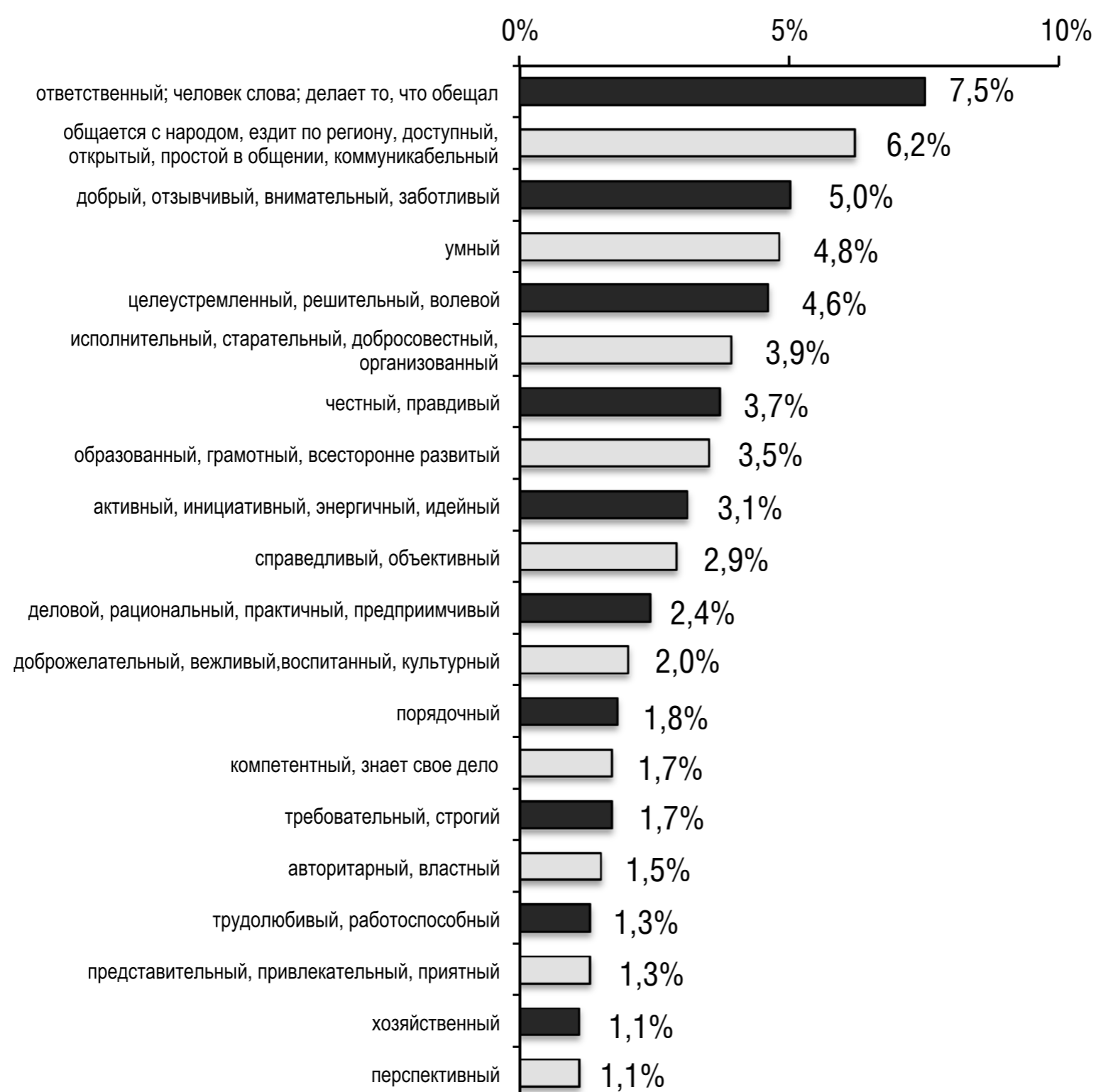


Рис. 6. Реальный позитивный портрет губернатора Смоленской области А.В. Островского, 2016 г., мнение населения (в % от числа данных характеристик)

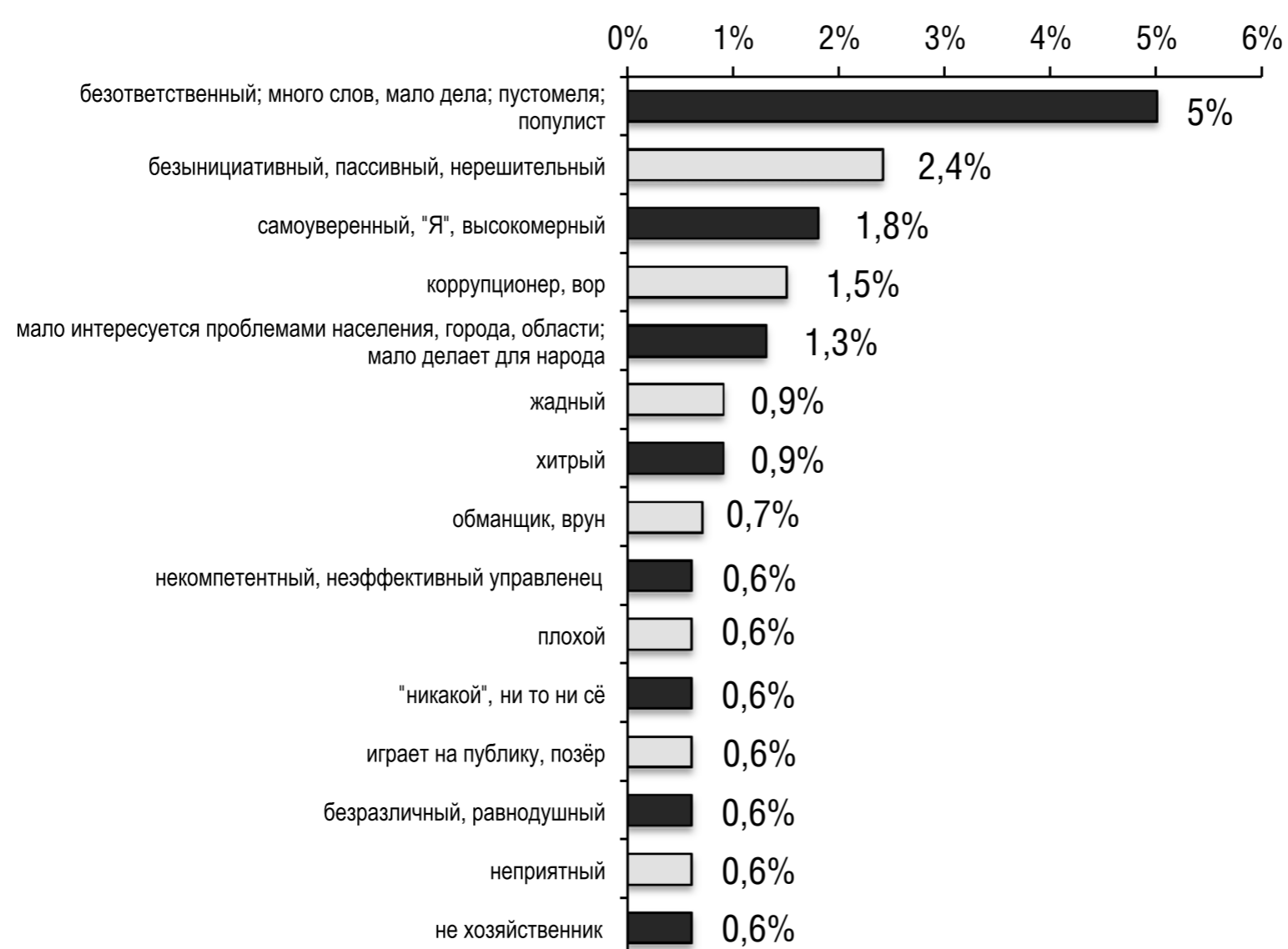


Рис. 7. Реальный негативный портрет губернатора Смоленской области А.В. Островского, 2016 г., мнение населения (в % от числа данных характеристик)

Представим теперь идеальный портрет губернатора Смоленской области (рис. 8).

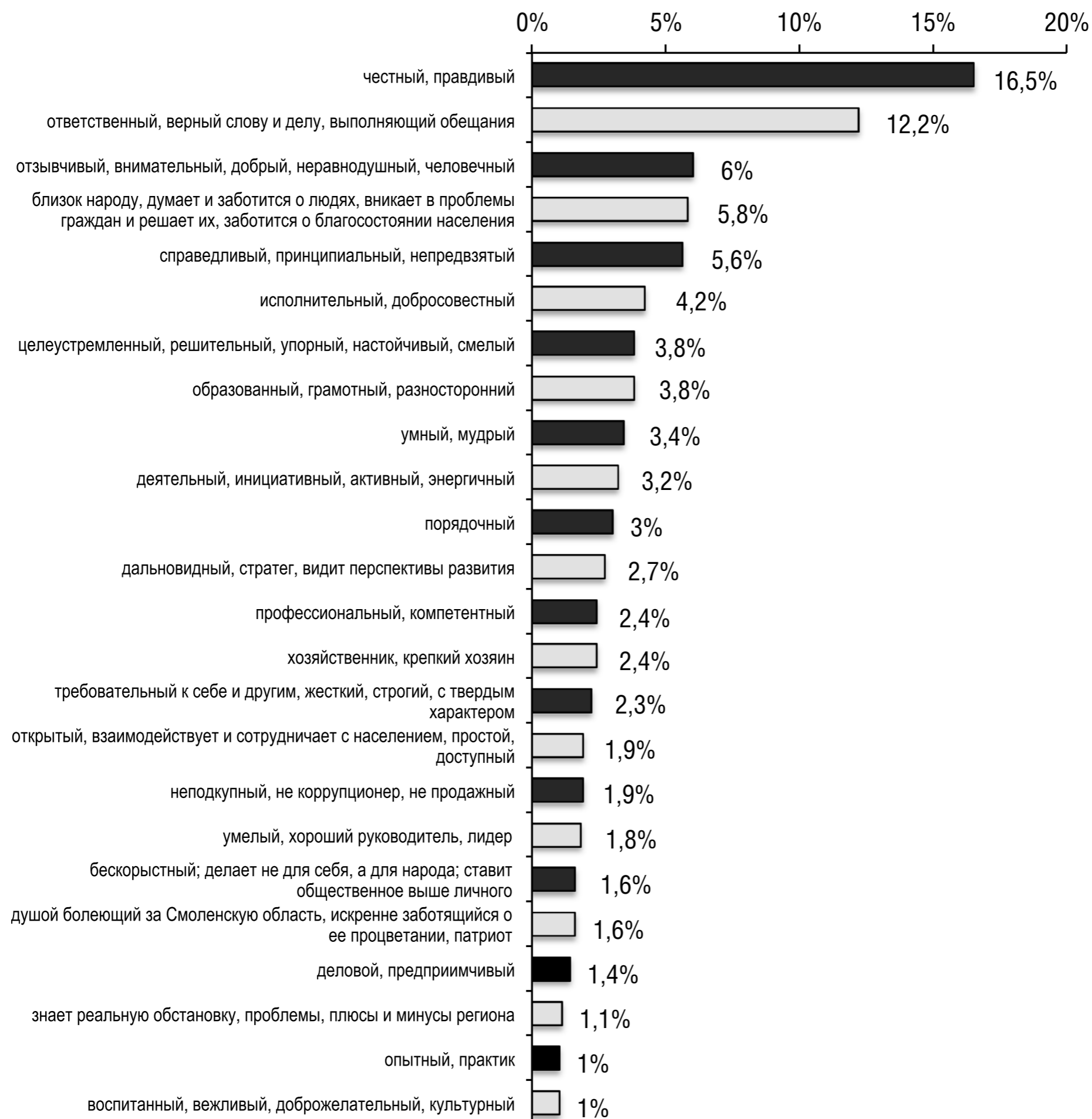


Рис. 8. Идеальный портрет губернатора Смоленской области, 2016 г., мнение населения (в % от числа данных характеристик)

Всего было дано 625 характеристик. Среди набравших менее 1% отметим следующие: «вызывает доверие»; «законопослушный»; «прогрессивный, новатор», «перфекционист», «креативный». И, наверное, самое желательное, с точки зрения, любого губернатора, мнение – «такой, как Островский» – то есть действующий губернатор, пусть для трех из опрошенных смолян, но является идеальным.

Мы видим, что идеальный «портрет» хотя и является более ярко выраженным по сравнению с реальным, но при этом также не отличается целостностью.

Соотнесение идеального и реального портретов губернатора (рис. 9) показывает, что по двум самым значимым характеристикам («честный, правдивый» и «ответственный, верный слову и делу, выполняющий обещания»), есть проблемные зоны, по другим характеристикам существенных отклонений нет, при этом есть даже такие, реальное наличие которых у губернатора даже немного превышает желаемое («целеустремленный, решительный, настойчивый, смелый», «умный»). В то же время такая существенная

характеристика как «близок народу, думает и заботится о людях, благосостоянии населения» в реальном портрете губернатора вообще отсутствует.

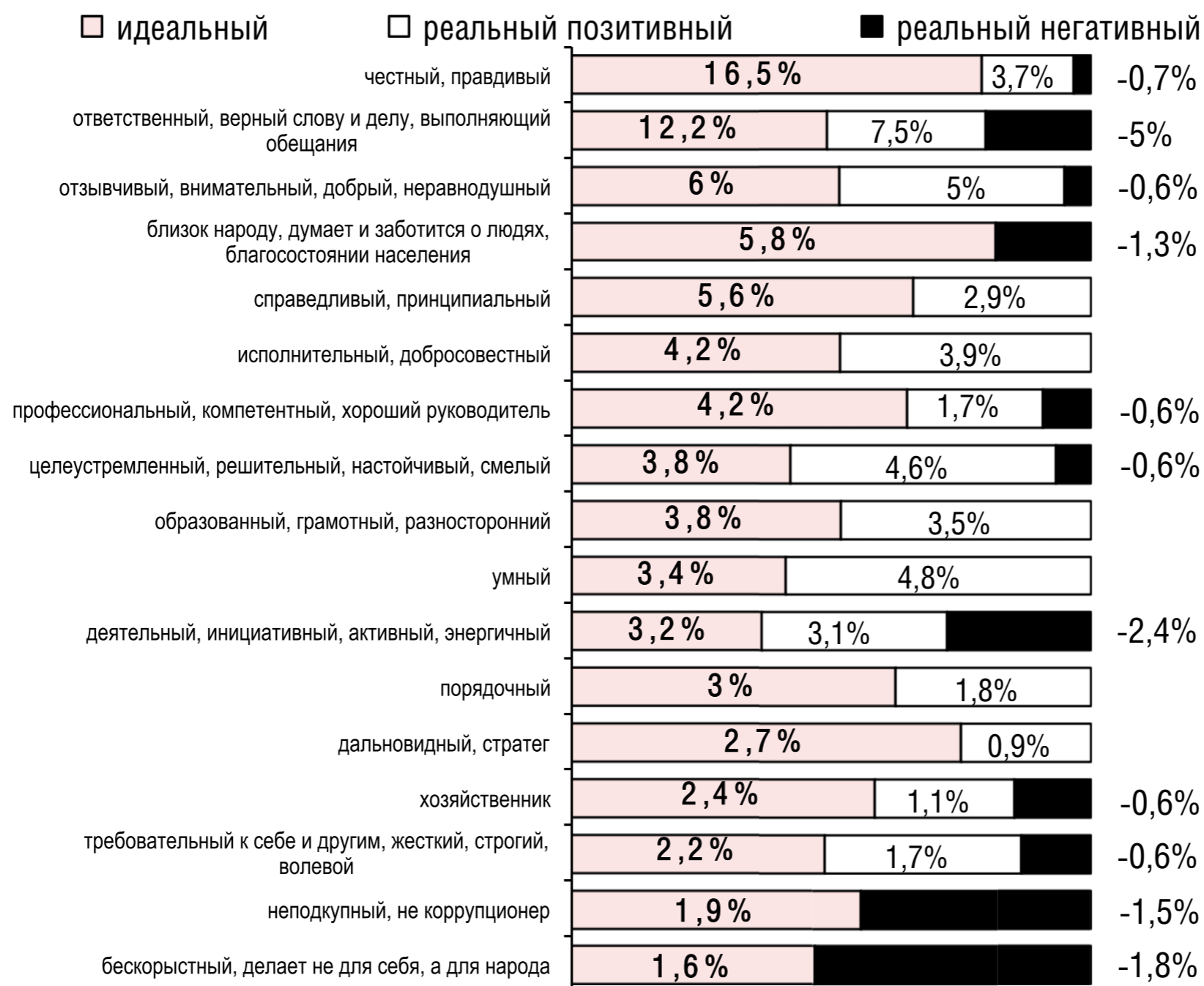


Рис. 9. Соотнесение идеального и реального портретов губернатора Смоленской области А.В. Островского, 2016 г., мнение населения (в % от числа данных характеристик)

Таким образом, в результате рассмотрения вопросов оценки репутации губернатора и его репутационных образов, можно сделать следующие выводы о преобладающих трендах: наблюдается довольно существенная положительная динамика в оценке репутации губернатора на протяжении 2012–2016 гг.; основные реальные и идеальные характеристики губернатора содержательно совпадают и имеют близкую оценку; преобладает положительное содержание реального портрета губернатора, при этом вес негативных характеристик существенен (около 25%); как реальный, так и идеальный портреты губернатора отличаются мозаичностью, поскольку в них нет ярко выраженных черт, определяемых большинством населения, что свидетельствует об отсутствии у граждан как сформированного, так и четко осознаваемого, желаемого персонального бренда губернатора Смоленской области.

Список литературы

- [1] Важенина И.С. Концептуальные основы формирования имиджа и репутации территории в конкурентной среде: автореф. дис. ... д-ра экон. наук. – Екатеринбург, 2008. – 41 с.
- [2] Воловик О.А. Диалог социальных институтов гражданского общества и органов власти (социологический анализ) // Вестник Северного федерального университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки, 2014. №3. – С. 37–41.
- [3] Гришин О.Е., Соколова А.Э. Формирование репутационного капитала государства: инновационные информационно-коммуникативные технологии // PolitBook, 2013. №2. – С. 106–116.
- [4] Кравчук А.Ю., Тихомирова Е.С. Репутационный капитал региона: вопросы создания и оценки // Ярославский педагогический вестник, 2010. №4. Т. I (Гуманитарные науки). – С. 112–115.
- [5] Официальный сайт научно-исследовательского проекта «Репутация региональной власти». URL: <http://www.smolvlast.ru> (10.05.2017).