УДК 353(470+571) DOI: 10.12737/16803

ПОЛИТИЧЕСКАЯ РЕПУТАЦИЯ В РЕГИОНАЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ: ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ И УПРАВЛЕНИЯ

Елисеев А. Л. [1]

В статье рассмотрены проблемы формирования политической репутации органов власти на региональном уровне. Аргументирована роль политических субъектов в процессе создания репутации и имиджа региона. Выделены основные коммуникационные элементы модели управления репутацией политических субъектов. Автор уделяет внимание специфике развития репутационных коммуникаций. Обобщаются проблемы регионального политического процесса в современной России. Выявлены основные факторы, сдерживающие развитие политической репутации в стране.

Ключевые слова: регион, региональная власть, политическая репутация, политическая коммуникация, политическое управление.

POLITICAL REPUTATION IN THE REGIONAL PROCESS OF THE RUSSIAN FEDERATION: PROBLEMS OF FORMATION AND MANAGEMENT

ELISEEV A.L. — Candidate of Historical Sciences, Docent, Deputy Director of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (Russian Federation, Orel), e-mail: eliseev@orel.ranepa.ru

In the article the problems of formation of political reputation of authorities at the regional level are considered. The role of political subjects in the course of creation of reputation and image of the region is reasoned. The basic communication elements of management model of reputation of political subjects are allocated. The author pays attention to specifics of development of reputation communications. Problems of regional political process in modern Russia are generalized. The major factors constraining development of political reputation in the country are revealed.

Keywords: region, regional power, political reputation, political communication, political management.

Весьма заметной тенденцией политического процесса в России является кризис доверия к власти на различных уровнях со стороны различных групп населения. В европейских странах уже давно обсуждаются проблемы управления репутацией, в том числе и политической, с целью формирования доверительных и открытых отношений между представителями различных групп.

Следует отметить, что в России на сегодняшний день на субфедеральном уровне существует потребность формирования сильной репутации региональной власти, позволяющей более эффективно отстаивать интересы субъекта перед федеральным центром, а также заручиться надежной поддержкой политической и бизнес — элит. В данной связи проблема формирования и управления репутацией политических субъектов РФ на различных уровнях является в современном российском обществе

Елисеев Анатолий Леонидович — кандидат исторических наук, доцент, зам. директора Орловского филиала РАНХиГС, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (Российская Федерация, г.Орел), e-mail: eliseev@orel.ranepa.ru

острой и актуальной. Репутационные характеристики становятся ресурсом, способствующим формированию атмосферы предсказуемости, доверия и общих ценностей в обществе.

Формирование репутации — пока не является приоритетным направлением коммуникационной политики социальных субъектов в России, но уже начинает складываться понимание актуальности и значимости управления репутацией. Это связано в большей степени с ситуацией, сложившейся в межгосударственных отношениях, а также с мировыми политическими и экономическими процессами. Глобальные условия формируют свои требования к репутационной составляющей современного Российского государства[1].

Аргументировано, что основными акторами регионального политического процесса в России выступают:

— федеральная власть, стремящаяся унифицировать и формализовать отношения со всеми регионами с целью беспрепятственного осуществления реформирования;

— региональная властная элита, возглавляемая Губернатором (Председателем Правительства), нацеленная на отстаивание интересов региона;

— крупный бизнес, который развивается внутри региона и заинтересован в выстраивании отношений с местной властью, а также в стабильности;

— политические партии и институты гражданского общества, оказывающие наименьшее влияние на развитие регионального политического процесса РФ, но определяющие его специфику.

Из этого следует, что особенности регионального политического процесса складываются под влиянием внешних обстоятельств, таких как политика федеральной власти (вертикальное влияние), взаимодействие с другими региональными субъектами (горизонтальное влияние), а также межсубъектные взаимодействия внутри региона.

Управление репутацией является самостоятельным коммуникационным процессом, отдельным от процессов формирования имиджа и бренда. Этот процесс представляет собой взаимодействие субъекта репутации и целевой аудитории, т.е. тех групп профессиональных и экспертных сообществ, с которыми субъект взаимодействует в своей деятельности. В процессе этого взаимодействия используются определенные технологии коммуникации, позволяющие оказывать влияние на восприятие целевыми группами образа субъекта:

1) особенности управления репутацией политических субъектов, ориентированность на применение технологий массовых коммуникаций (PR, реклама, паблисити, благотворительность и т.д.);

2) ориентированность на взаимодействие с широкими слоями населения, поэтому управление репутацией осуществляется посредством публикаций в СМИ, выступлений на ТВ, политической рекламы и т.д.[2].

Также нельзя не отметить социальные сети, блоги, форумы, фото- и видеохостинги, другие разновидности социальных медиа, которые сегодня являются дополнительной площадкой для коммуникации и инструментом прямого обращения политиков к гражданам для достижения политических целей. «В свою очередь активные авторы публичного контента делают социальные медиа актуальным индикатором общественных настроений. Все это заставляет политических акторов активно использовать этот канал коммуникации»[3].

Обобщая вышесказанное, следует заключить, что суть модели управления политической репутацией заключается в целенаправленном выстраивании особого информационного потока —

[1] Головлева Е.Л. Факторы укрепления международного имиджа и репутация России // Власть. — 2012. — № 1. —С.107.

[2] Дзялошинский И. М. Коммуникационные процессы в обществе: институты и субъекты. — М.: АПК и ППРО, 2012. – С.122.

[3] Меркулов П.А., Балашов А.Н. Интернет-сообщества политических партий: сравнительный анализ российских и зарубежных практик // Вестник Поволжского института управления. — 2015. — № 3 (48). — С. 19.

репутационных коммуникаций. Эта модель включает такие составляющие, как:

- четкое понимание особенностей категории «репутация» и смежных с ней понятий;
- ориентированность на экспертную (профессиональную) аудиторию или заинтересованные стороны, т.е. те группы общественности, с которыми субъект непосредственно взаимодействует в своей деятельности;
- использование особых технологий, позволяющих оказывать влияние на восприятие образа субъекта;
- система ценностей субъекта, определяющих содержательный аспект его репутации;
- критерии оценки репутации;
- результат процесса управления репутацией.

Вместе с тем российская действительность обнаружила такие особенности регионального политического процесса, как: сокращение партийного разнообразия, которое напрямую связано с представительством интересов населения; неразвитость институтов гражданского общества в России. Такая неуравновешенность приводит в результате к тому, что политика проникает во все сферы общественной жизни.

Нельзя не согласиться с тем фактом, что вопросы экономического, социального и духовного развития решаются при участии государства. В силу своей незрелости институты гражданского общества не способны ограничивать и контролировать власть. Слабое гражданское общество в России разрушает целостность функционирования политических систем регионов. «Основные события политического процесса происходят в пробеле, который существует в отношениях между гражданским обществом и государством»[1].

Российские исследователи склонны выделить следующие особенности политического процесса в регионах РФ[2]:

1. Нерасчлененность политики и экономики, социальных и личных отношений. Отсутствие консенсуса между участниками политической жизни. Политический процесс имеет ярко выраженный конфликтный характер в связи с тем, что различные социальные группы имеют разные представления о ценностях свободы и демократии.

2. Незавершенность структуры аппарата и высокая степень совмещения политических ролей. Реальная роль и функции различных участников политического процесса в России на самом деле достаточно ограниченны. Политические партии не всегда эффективно выполняют свою главную функцию — выражение интересов и потребностей общества.

3. Отсутствие интеграции среди участников политического процесса, что является следствием отсутствия в обществе единой коммуникационной системы. Вертикально организованный политический процесс функционирует через диалог между властью и обществом, в котором последнее доносит свои требования до властных структур посредством разветвленной системы представительства. Однако подобной системы представительства интересов в России не было, поскольку отсутствует традиция такого диалога.

4. Активный политический стиль, состоящий в навязывании обществу нововведений со стороны правительства. Во взаимодействии «власть — общество» политическая инициатива принадлежит государству, поскольку оно концентрирует власть и ресурсы в своих руках.

5. Высокая концентрация политической власти и ресурсов в руках правящей элиты, что

[1] Аюпов М.А. Политический процесс в современной России: реальная политика или эффективные PR-технологии? // Власть. —2010. — № 12. — С.11.

[2] См.: Баранов А. Н. Политический дискурс: методы анализа тематической структуры и метафорики / А. Н. Баранов, О. В. Михайлова, Г. А. Сатаров, Е. А. Шипова. — М.: Фонд ИНДЕМ, 2004. – С. 71—76.

заставляет контрэлиту и оппозицию оформляться и выступать в качестве радикальных движений, а не политических оппонентов. Идеологическое противостояние дополняется процессом кристаллизации интересов на основе экономических факторов - частной собственности, конкуренции, рынка и т.д. Усиливающееся имущественное неравенство углубляет конфликтность политических взаимодействий. Интеграция сторонников правящей элиты и контрэлиты происходит не на рациональной, а на эмоциональной и символической основе (симпатии или антипатии к лидерам, имиджу, символике и т. д.).

Репутация — это всегда ответ на запросы различных заинтересованных групп. В разных социальных группах один и тот же субъект может восприниматься по-разному в зависимости от ценностей и взглядов, которые разделяют члены группы. По этой причине репутация одного субъекта может кардинально разниться среди представителей разных общественных групп[1].

И, наконец, репутация может быть эффективным и значимым инструментом социальной ориентации только в обществах с развитыми институтами демократии. Стратегической ошибкой становится обращение с народом как с публикой, которой при помощи средств массовой информации внушаются какие угодно мысли и настроения. Систематические манипуляции общественным сознанием приводят к интеллектуальной деградации, в том числе и самих манипуляторов. Даже если это пока устраивает многих, достаточно того, что это подрывает социальный капитал страны, который подчас не подлежит восстановлению.

Таким образом, специфика политической среды России, безусловно, оказывает влияние на формирование характерных черт политической репутации в стране. В российском политическом процессе пространство репутационных коммуникаций является достаточно размытым. Политическая репутация приобретает большее значение, когда речь заходит о внешней политике государства. Мы не можем допустить, чтобы мнение западных политологов в отношении России по поводу того, что политическая сфера российской жизни оценивается преимущественно как деструктивная, было оправданным. «Образ «империи зла» в той или иной степени распространяется не на конкретные идеологии или общественно-политические силы, определявшие характер развития страны, а на всю Россию как политическое пространство и субъект политики»[2]. В силу незрелости институтов гражданского общества, которые должны ограничивать и контролировать власть, внутри страны политика проникает во все сферы жизни общества. В такой ситуации политические решения осуществляются по воле лидеров. Консенсус с обществом отодвигается на задний план политического процесса, и потребность выстраивания прочной репутации снижается.

Поэтому сегодня возникает острая необходимость в эффективной интеграции нашей страны в сообщество цивилизованных государств. Политическая система России должна предъявить мировому сообществу качественное государственное управление — компетентное, обеспечивающее выполнение базовых функций государства и предоставление обществу базовых общественных благ, прозрачное и поддерживающее постоянную обратную связь с обществом. И чем ближе Россия будет приближаться к реализации этой цели, тем большее значение будет приобретать репутация в процессе взаимодействия различных политических субъектов и тем больше внимания будет уделяться управлению репутацией.

Библиография / References:

1. Аюпов М.А. Политический процесс в современной России: реальная политика или эффективные PR-технологии? // Власть. – 2010. – № 12. – С. 10 – 13.

[1] Кудашова Ю.В. Технологии формирования паблицитного капитала в политическом позиционировании региона// Государственное управление. Электронный вестник. 2011. — № 27. — С. 16.

[2] Цыбаков Д.Л., Малик Е.Н. Оценки России в общественно политической мысли запада: исторический анализ. // Образование и общество. 2014. — Т. 6. — № 89. — С. 12.

2. Баранов А. Н. Политический дискурс: методы анализа тематической структуры и метафорики / А. Н. Баранов, О. В. Михайлова, Г. А. Сатаров, Е. А. Шипова. — М.: Фонд ИНДЕМ, 2004. - 94 с.

3. Головлева Е.Л. Факторы укрепления международного имиджа и репутация России // Власть. – 2012. – № 1. – С.106 – 108.

4. Дзялошинский, И. М. Коммуникационные процессы в обществе: институты и субъекты. - М.: АПК и ППРО, 2012. – 592 с.

5. Кудашова Ю.В. Технологии формирования паблицитного капитала в политическом позиционировании региона // Государственное управление. Электронный вестник. – 2011. – № 27. – С. 11 – 19.

6. Меркулов П.А., Балашов А.Н. Интернет-сообщества политических партий: сравнительный анализ российских и зарубежных практик // Вестник Поволжского института управления. – 2015. – № 3 (48). – С. 18 – 26.

7. Цыбаков Д.Л., Малик Е.Н. Оценки России в общественно политической мысли запада: исторический анализ. // Образование и общество. – 2014. – Т. 6. № 89. – С. 11 – 14.

1. Aiupov, M.A. (2010) Politicheskii protsess v sovremennoi Rossii: real'naia politika ili effektivnye PR-tekhnologii? [The political process in modern Russia: the actual policy or effective PR-technologies?] // Vlast' [Power]. – No 12. – P.10 – 13 (In Russ.)

2. Baranov, A. N. (2004) Politicheskii diskurs: metody analiza tematicheskoi struktury i metaforiki [Political Discourse: the methods of analysis of thematic structure and metaphors] / A. N. Baranov, O. V. Mikhailova, G. A. Satarov, E. A. Shipova. M. : Fond INDEM. - 94 p. (In Russ.)

3. Golovleva, E.L. (2012) Faktory ukrepleniia mezhdunarodnogo imidzha i reputatsiia Rossii [Factors strengthening the international image and reputation of Russia] // Vlast' [Power]. – No 1. – P.106 – 108 (In Russ.)

4. Dzialoshinskii, I. M. (2012) Kommunikatsionnye protsessy v obshchestve: instituty i sub"ekty [Communication processes in society: institutions and actors]. - M.: APK i PPRO. – 592 p. (In Russ.)

5. Kudashova, Iu.V. (2011) Tekhnologii formirovaniia pablitsitnogo kapitala v politicheskom pozitsionirovanii regiona [Technology publicity capital formation in the political positioning of the region] // Gosudarstvennoe upravlenie. Elektronnyi vestnik [E-journal. Public Administration]. – No 27. – P. 11 – 19. (In Russ.)

6. Merkulov, P.A., Balashov, A.N. (2015) Internet-soobshhestva politicheskikh partij: sravnitel'nyj analiz rossijskikh i zarubezhnykh praktik [Online communities of political parties: a comparative analysis of Russian and foreign practices] // Vestnik Povolzhskogo instituta upravleniya. – No 3 (48). – P. 18 – 26. (In Russ.)

7. Cybakov, D.L., Malik, E.N. (2014) Ocenki Rossii v obshchestvenno politicheskoj mysli zapada: istoricheskij analiz [Estimates of Russia's social and political thought of the West: a historical analysis] // Obrazovanie i obshchestvo [Education and Society]. – T. 6. No 89. – P. 11 – 14. (In Russ.)