

**ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКАЯ БРОШЮРА КАК
ИНСТРУМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ РЕАЛЬНОЙ РЕПУТАЦИИ
РЕГИОНАЛЬНОЙ ВЛАСТИ: ОПЫТ ВНЕДРЕНИЯ**

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

Розанова Н.Н.¹

В статье представлены результаты социологического исследования по выявлению степени эффективности разработанной автором информационно-аналитической брошюры «Репутация власти Смоленской области», содержащей информацию о реальных показателях деятельности региональной исполнительной власти, в контексте улучшения ее репутации. Эффективность брошюры оценивалась по ряду критериев, в том числе: степень изменения уровня информированности населения о деятельности власти и объективной основы формирования ее репутации; степень влияния на оценку репутации региональной власти и др. Делается вывод о принципиальной возможности рассмотрения брошюры в качестве полезного коммуникативного инструмента, который может стать конструктивным элементом целостной системы информационно-аналитического сопровождения деятельности региональной власти.

Ключевые слова: репутация; региональная власть; информационно-аналитическая брошюра; коммуникативный инструмент.

**INFORMATIONAL-ANALYTICAL BROCHURE AS A TOOL OF FORMING
OF REAL REPUTATION OF THE REGIONAL POWER: THE
IMPLEMENTATION EXPERIENCE**

(The research was funded by RFH in the framework of the research project "Information-analytical advance of real reputation of the regional power", № 16-03-00503 а)

¹ Розанова Нина Николаевна – Смоленский государственный университет, кандидат педагогических наук, доцент кафедры управления факультета экономики и управления (Российская Федерация, г. Смоленск), e-mail: rozznina@yandex.ru.

ROZANOVA N.N. – Candidate of Pedagogical Sciences, Docent, Associate Professor at the Department of Management, Smolensk State University (Russian Federation, Smolensk), e-mail: roznina@yandex.ru.

The article presents the results of sociological research to identify the degree of efficiency developed by the author of the informational-analytical brochure "Reputation of the power of the Smolensk region" that contains information about the real performance indicators of the regional power, in the context of improving its reputation. The effectiveness of the brochures was evaluated on several criteria, including: rate of change of the level of public awareness on the activities of the power and the objective basis of the formation of her reputation; the degree of influence on the assessment of the reputation of the regional power, etc. The conclusion is made on possibility of consideration of the brochure as a useful communicative tool, which can become a constructive element of an integrated system of information and analytical support of regional power/

Key words: reputation; regional power; informational-analytical brochure; communicative tool.

Необходимость высокого уровня внутривластного доверия как основы для консолидации усилий государства и общества, совместного преодоления кризисных явлений в различных сферах социально-экономического и политического развития страны актуализирована современными условиями непростой международной обстановки, нарастания внешнеполитических угроз. Репутация, трактуемая исследователями как разновидность доверия², формируется и существует в пространстве общественного дискурса как социальное представление, определяя общественные предпочтения. Поэтому изучение репутации субъектов

² Фокин В.В. Социально-психологические факторы управления репутацией: Автореф. дис. ... канд. психол. наук. – М., 2009. – С. 11.

политического пространства позволяет углубить понимание закономерностей политического выбора, формирования доверия и недоверия к власти, оценки ее эффективности и надежности³.

Проблема построения действенной системы управления репутацией в том или ином виде касается любой институциональной структуры, особенно если речь идет о долгосрочном развитии, требующем стратегического видения ситуации. Для государственных органов наличие позитивной репутации имеет особое значение, так как именно она, с одной стороны, отражает степень доверия, лояльность населения к власти, что в значительной степени определяет ее стабильность, особенно в условиях кризиса; с другой стороны, обеспечивает наличие дополнительных конкурентных преимуществ при решении тех или иных вопросов – продвижении политико-экономических и социальных интересов, привлечении капитала и ресурсов для региональных программ, установлении трансграничного экономического и гуманитарного сотрудничества и т.п.

Тем ни менее, 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 снижению авторитета местных политических субъектов⁴. Позитивная репутация региональной власти может и должна стать одним из ключевых нематериальных ресурсов развития системы регионального управления, который способен усилить действия власти, укрепить доверие к ней населения, мобилизовать граждан для реального заинтересованного участия в управлении регионом.

Начало исследования категории «репутация» в социально-политическом контексте в отечественной науке связано, в первую очередь, с

³ Трубецкой А.Ю. Категория репутации в социально-политической коммуникации: Автореф. дис. ... д-ра психол. наук. – М., 2006. – С. 4.

⁴ Коган Е.В. Управление репутацией в региональном политическом процессе РФ: на примере Челябинской области: Автореф. дис. ... канд. полит наук. – М., 2013. – С. 9.

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. Шестопад 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.).

Рассмотрению политического пространства региона, вопросам его продвижения, территориального маркетинга, формирования регионального имиджа, репутации, бренда, 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, Ю.М. Маркиной, Р.Н. Мингалеева, 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. Отдельным предметом изучения становится репутационный капитал государства и региона (И.В. Варламова, Н.Е. Гранкин, О.Е. Гришин, А.Ю. Кравчук, Ю.В. Кудашова, А.Э. Рудакова, Е.С. Тихомирова и др.).

Особого внимания в контексте нашего исследования заслуживают работы, непосредственно связанные с изучением репутации политических субъектов, технологии и особенностей ее формирования (А.Р. Галлямов, З.Р. Мингазова⁵, А.Е. Кирпичев⁶, Е.В. Коган⁷, С.В. Сеин⁸, А.Ю. Трубецкой⁹, Н.В.

⁵ Галлямов Р.Р., Мингазова З.Р. Деловая репутация государственного аппарата как института политической власти // Известия высших учебных заведений. Социология. Экономика. Политика. – 2012. – № 1. – С. 23 – 25; Мингазова З.Р. Деловая репутация государственного аппарата как института власти: политологический анализ: Автореф. дис. ... канд. полит. наук. Казань, 2012. – 21 с.

Устинова¹⁰, И.Г. Харламов¹¹, Е.А. Шала¹² 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 была предпринята попытка изучения репутации власти на региональном уровне на примере Смоленской области в рамках реализации научно-исследовательских проектов РГНФ¹³.

Исследование субъективного восприятия репутации (субъективной составляющей репутации) с точки зрения основного носителя мнения о репутации – населения Смоленской области – выявило проблему довольно низкого уровня интереса к власти, преобладания обобщенного восприятия, незначительную роль непосредственных знаний о ее деятельности в процессе формирования и оценки репутации. Недостаточное развитие основы формирования реальной репутации власти было отмечено государственными гражданскими служащими Смоленской области в процессе определения проблемных зон репутации региональной власти у населения. В частности, указывалось: безразличие населения; нежелание людей получать

⁶ Кирпичев А.Е. Право на деловую репутацию государственных и муниципальных образований, органов государственной власти и местного самоуправления // Вестник Пермского университета. – 2013. – Выпуск 2 (20). – С. 120 – 126.

⁷ Коган Е.В. Управление репутацией в региональном политическом процессе РФ: на примере Челябинской области: Автореф. дис. ... канд. полит. наук. – М., 2013. – 25 с.

⁸ Сеин С.В. Оптимизация деловой репутации государственных служащих (психолого-акмеологический подход): Автореф. дис. ... канд. психол. наук. – М., 2012. – 25 с.

⁹ Трубецкой А.Ю. Категория репутации в социально-политической коммуникации: Автореф. дис. ... д-ра психол. наук. – М., 2006. – 47 с.

¹⁰ Устинова Н.В. Политическая репутация: сущность, особенности, технологии формирования: Автореф. дис. ... канд. полит. наук. Екатеринбург, 2005. – 18 с.

¹¹ Харламов И.Г. Формирование репутации в политике и бизнесе: сравнительный анализ: Автореф. дис. ... канд. полит. наук. – М., 2009. – 21 с.

¹² Шала Е.А. Управление репутацией виртуальной организации в сфере государственного управления // Вестник Университета (Государственный университет управления). – 2012. – № 4. – С. 83 – 88.

¹³ Гранты РГНФ: «Оценка репутации региональной власти», № 11-12-67007 а/Ц, 2011–2012 гг.; «Технология формирования позитивной репутации региональной власти» № 14-03-00549 а, 2014–2015 гг.).

информацию; недостаточное внимание населения к власти; политическая неграмотность населения, непонимание происходящего; привычка ругать власть и т.п. репутации¹⁴.

В то же время анализ ряда показателей эффективности региональной власти (объективной составляющей репутации) свидетельствует об определенных достижениях в ее деятельности (по крайней мере, наличии положительной динамики), что может способствовать улучшению репутации в глазах населения при условии, что население будет о них знать. Такая информация должна быть разносторонней и отражать как положительные аспекты в деятельности власти, так и отрицательные, чтобы население видело реальную картину. Обращаем на это особое внимание в силу выявленной по результатам исследования мнения населения такой значимой проблемной зоны репутации, как создание иллюзии эффективной деятельности власти («пускание пыли в глаза», «власть создает видимость бурной работы вместо реального улучшения» т.п.).

Для того, чтобы повысить уровень объективной основы формирования репутации у населения, автором был разработан коммуникативный инструмент продвижения реальной репутации региональной власти – информационно-аналитическая брошюра «Репутация власти Смоленской области» (далее – *брошюра*), содержащая информацию о показателях эффективности власти. Ее следует рассматривать в контексте улучшения информационно-аналитического сопровождения деятельности региональной власти. В рамках статьи остановимся на результатах апробации данного инструмента.

¹⁴ Анкетные опросы по изучению репутации региональной власти жителями г. Смоленска и районов Смоленской области (январь 2012 г., январь 2014 г., по 305 респондентов; выборка многоступенчатая, гнездовая, квотированная по полу, возрасту, территории проживания); государственными гражданскими служащими 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). Смотрите подробнее: Официальный сайт научно-исследовательского проекта «Репутация региональной власти» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.smolvlast.ru>.

Брошюра была распространена среди населения – жителей г. Смоленска и Смоленской области в количестве 450 экземпляров в ноябре 2014 года. Эффективность брошюры определялась по реакции ряда смолян на ее содержание через анкетирование (методом случайной выборки по 50 анкетам). Ставились две основные цели, определившие необходимость разработки брошюры для населения Смоленской области.

1. Научно-исследовательская (теоретическая и практическая) цель – изучить принципиальную эффективность информационно-аналитической брошюры как коммуникативного инструмента формирования репутации региональной власти, определить степень его влияния на объективную основу формирования репутации и ее оценку населением Смоленской области.

2. Просветительская – информирование населения Смоленской области о результатах деятельности региональной власти, показателях развития региона на основе разносторонней объективной информации, повышение уровня знаний (когнитивной составляющей политической культуры), формирование мотивации и стимулирование интереса к более полноценному изучению проводимой властью государственной политики (аксиологическая составляющая политической культуры).

Содержание брошюры было представлено следующими тематическими блоками.

I. «Обращение к смолянам», в котором определялись цели брошюры через показ проблемы недостаточного высокого интереса и знания населением деятельности региональной власти при, в целом, отрицательной оценке ее репутации.

II. Основной содержательный блок, в котором были представлены показатели эффективности деятельности региональной власти и уровень развития Смоленской области, в том числе в сравнении с другими субъектами РФ. Следует отметить, что вся информация предоставлялась на основе изучения официальных источников (преимущественно

Администрации, органов исполнительной власти Смоленской области, Министерства регионального развития РФ, рейтинговых агентств, данных Росстата, Смолстата).

1. Показатели оценки эффективности деятельности органов исполнительной власти Смоленской области за 2008–2013 годы и планируемые значения на 2014–2016 годы.

2. Место Смоленской области среди субъектов РФ по итогам оценки эффективности деятельности органов исполнительной власти в 2013 году.

3. Место Смоленской области в рейтингах социально-экономического положения субъектов Российской Федерации в 2010–2013 годах.

4. Место Смоленской области в рейтинге регионов РФ по качеству жизни в 2013 году.

5. Рейтинг эффективности губернаторов, 2014 год.

6. Медиа-рейтинг губернатора Смоленской области, 2012–2014 годы.

7. Доля населения Смоленской области с денежными доходами ниже величины прожиточного минимума в динамике за 2008–2013 годы.

8. Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата по экономике Смоленской области в динамике 2008–2014 годов.

9. Численность государственных гражданских служащих органов исполнительной власти Смоленской области в динамике 2011–2014 годов.

10. Среднемесячная заработная плата государственных гражданских служащих органов исполнительной власти Смоленской области в динамике 2011–2014 годов.

11. Место Смоленской области в рейтинге регионов РФ по благосостоянию российских семей в 2013 году. По данным РИА Рейтинг.

12. Перечень наиболее значимых инвестиционных проектов, реализуемых и запланированных к реализации в регионе. По данным Департамента экономического развития Смоленской области.

13. Текущее развитие Смоленской области: фактическая информация за первое полугодие 2014 года в сравнении с аналогичным периодом 2013 года

и последние оперативные данные (к моменту выхода брошюры в ноябре 2014 года) – за сентябрь, октябрь 2014 года. Среди основной информации: структура бюджета по статьям расходов; среднемесячная заработная плата по отдельным видам экономической деятельности; инфляция; стоимость потребительской корзины; демографическая ситуация; жилищное строительство и сфера ЖКХ; показатели развития сельского хозяйства и промышленного производства; строительство детских садов; правонарушения, в том числе коррупционные, и некоторая другая информация.

III. Результаты социологического исследования по изучению репутации региональной власти населением Смоленской области, проведенного автором в 2012–2014 годах:

- ✓ понятие и содержание репутации региональной власти;
- ✓ представление об идеальном и реальном государственном гражданском служащем Смоленской области (идеальный и реальный «портрет»);
- ✓ оценка населением репутации губернатора, Администрации, органов исполнительной власти Смоленской области;
- ✓ потенциал улучшения репутации региональной власти;
- ✓ степень оправдания губернатором «кредита доверия» за почти два года нахождения у власти;
- ✓ уровень интереса и знаний населения о деятельности власти;
- ✓ источники формирования репутации и степень доверия населения к источникам информации о работе региональной власти и некоторые другие результаты социологического исследования.

Эффективность брошюры как коммуникативного инструмента формирования репутации региональной власти оценивалась по следующим критериям:

- ✓ полезность (определялась на основе закрытого вопроса);

- ✓ степень изменения уровня информированности, знаний населения о деятельности власти (закрытые вопросы);
- ✓ степень изменения объективной основы формирования репутации региональной власти (закрытые вопросы);
- ✓ потенциал улучшения объективной основы формирования репутации региональной власти (открытые вопросы);
- ✓ степень влияния на оценку репутации региональной власти (закрытый вопрос);
- ✓ мотивационный потенциал населения к повышению уровня информированности о деятельности региональной власти и, соответственно, к улучшению объективной основы формирования ее репутации (закрытый вопрос).

Рассмотрим результаты изучения эффективности брошюры подробнее в соответствии с обозначенными критериями.

1. Полезность. В первую очередь, нами была выявлена степень принципиальной полезности использования информационно-аналитической брошюры как коммуникативного инструмента (рис. 1).

Оцените, в какой степени для Вас была полезна информация брошюры о деятельности областной исполнительной власти?

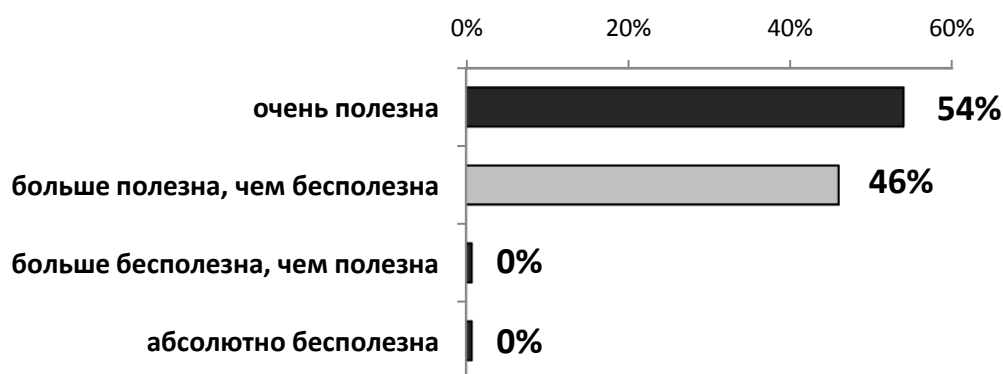


Рис. 1. Мнение населения Смоленской области о степени полезности брошюры

Мы видим, что все смоляне, познакомившиеся с брошюрой, оценили ее как полезную в большей или меньшей степени.

2. *Степень изменения уровня информированности, знаний населения о деятельности власти.* Далее была уточнена возможность изменения с помощью брошюры информационной составляющей объективной основы формирования репутации региональной власти. При этом выявлялось как изменение уровня информированности самих респондентов после прочтения брошюры, так и их мнение относительно потенциальной возможности подобного изменения для всех смолян (рис. 2–3).

Насколько информация брошюры изменила уровень Ваших знаний, представлений о деятельности власти?

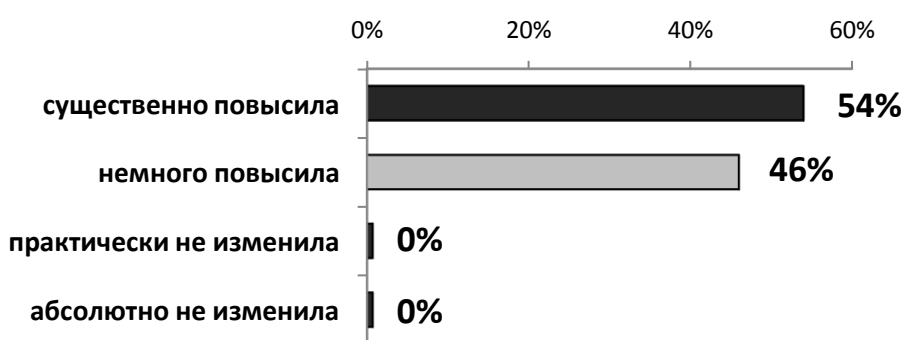


Рис. 2. Мнение населения Смоленской области о степени изменения уровня знаний, представлений о деятельности власти по результатам прочтения брошюры

Способно ли, на Ваш взгляд, распространение подобной брошюры среди населения повысить уровень информированности смолян о деятельности власти?

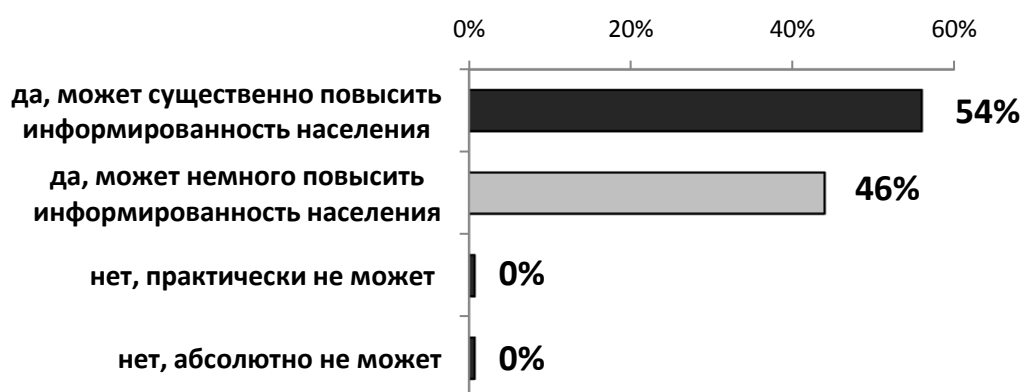


Рис. 3. Мнение населения Смоленской области о возможном изменении уровня информированности смолян о деятельности власти по результатам прочтения брошюры

Таким образом, можно сделать вывод о преимущественном повышении уровня информированности смолян, прочитавших брошюру, о деятельности региональной власти. При этом, по их мнению, подобные изменения возможны и для населения Смоленской области в целом.

Следует отметить, что при ответах на вопросы о полезности и степени улучшения информированности наблюдается абсолютное единство во мнении респондентов: те, кто считает брошюру очень полезной для себя, отмечают существенное повышение уровня как своей информированности, так и аналогичной возможности для смолян; те же респонденты, которые склонны оценивать брошюру как «больше полезную, чем бесполезную», делают вывод о незначительном повышении уровня информированности.

Далее была прослежена взаимосвязь между уровнем информированности и объективностью формируемого мнения о репутации региональной власти.

3. *Степень изменения объективной основы формирования репутации региональной власти (рис. 4–5).*

Позволила ли Вам информация брошюры получить более объективное, содержательное представление о репутации власти?

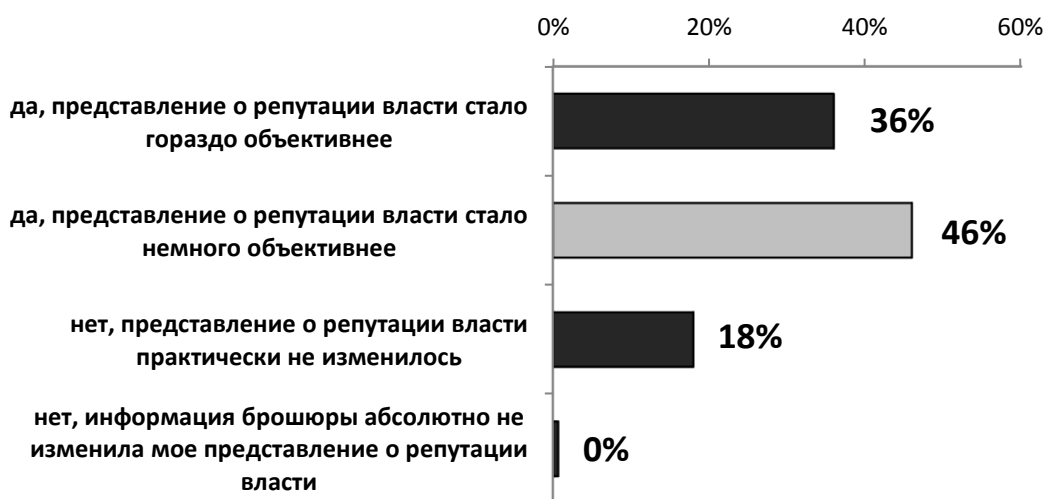


Рис. 4. Мнение населения Смоленской области об изменении объективной основы репутации власти по результатам прочтения брошюры

Способно ли, на Ваш взгляд, распространение подобной брошюры среди населения повысить уровень объективности смолян при оценке деятельности власти, ее репутации?

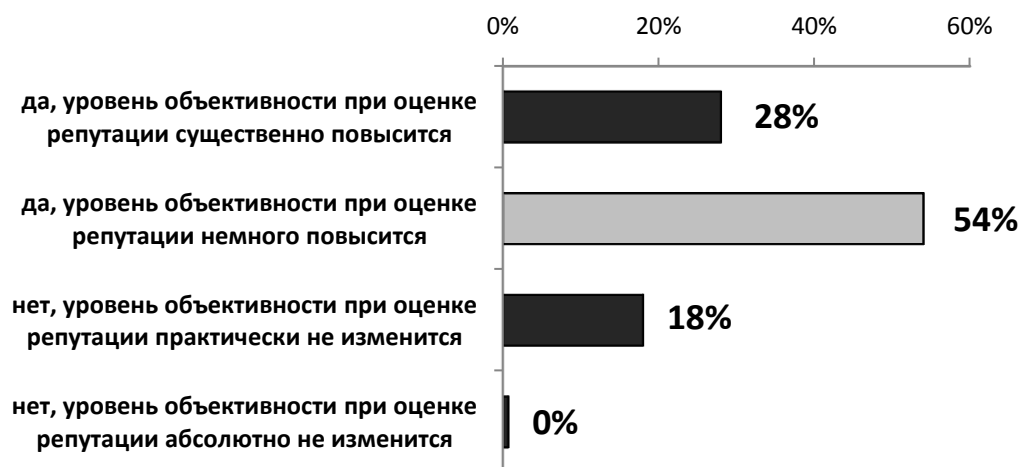


Рис. 5. Мнение населения Смоленской области об изменении объективной основы репутации власти в представлении смолян по результатам прочтения брошюры

Мы видим, что связь между уровнем информированности и объективностью формируемого мнения о репутации региональной власти существует, но она не является прямой, как в предыдущих случаях. Тем не менее большинство смолян отмечают наличие принципиальной возможности повышения, благодаря брошюре, объективности оценки репутации региональной власти.

4. Потенциал улучшения объективной основы формирования репутации региональной власти. Респондентам были заданы следующие вопросы:

✓ «Какая информация брошюры была для Вас полезна и сделала представление о деятельности власти, ее репутации более объективным? Напишите, пожалуйста». Было выявлено принципиальное мнение смолян о пользе всей представленной информации. Понравилась удобная, наглядная форма подачи информации: диаграммы, таблицы, графики. В качестве плюсов содержания смоляне отмечали наличие объективной информации, представленной без комментариев. Среди особо полезной информации,

выделенной респондентами, была следующая: показатели развития социально-экономической сферы, особенно в части предоставления оперативной информации по безработице, доходам и расходам бюджета; демографическая ситуация; обеспеченность жильем и состояние ЖКХ; реализуемые инвестиционные проекты; заработная плата государственных гражданских служащих; рейтинг губернатора; отмечалась возможность сравнения Смоленской области с другими субъектами РФ.

✓ «Какая информация была лишней?» При ответе на данный вопрос практически все респонденты написали, что такой информации не было: «вся информация познавательна и полезна». Некоторые при этом замечали, что по ряду аспектов подробной информации «было слишком много».

В то же время следует привести одно мнение, демонстрирующее принципиальное неверие в возможность наличия официальной объективной информации: «информация подогнана под стандарт конкретными лицами при опубликовании ее на сайтах государственных органов». Представляется, это довольно опасная тенденция, что еще раз подтверждает необходимость предоставления населению разносторонней информации, свидетельствующей как о достижениях, так и о неудачах власти.

✓ «Какую информацию Вы бы хотели включить дополнительно для получения более объективного представления о деятельности областной власти, ее репутации?». Преимущественные ответы респондентов на данный вопрос связаны с особенностями разных целевых групп, например, пенсионеры хотят больше информации о себе («какие меры предпринимаются властью для улучшения жизни людей третьего возраста»), молодежную аудиторию интересует состояние физической культуры и спорта, духовное воспитание молодежи и т.п. В то же время основной запрос граждан связан преимущественно с большей полнотой информации по социально-экономической (особенно социальной) сфере.

Также следует обратить внимание на запрос информации по развитию муниципальных образований («хотелось бы освещения социально-

экономического развития районов Смоленской области)), что в данном случае свидетельствует о задачах информационно-аналитического сопровождения не только исследуемой нами региональной, но и муниципальной власти. Смоляне обозначили потребность в информации о соотношении планов («обещаний политиков») и результатов деятельности, степени достижения поставленных целей. Также было отмечено желание услышать мнение о развитии Смоленской области со стороны других (внешних) субъектов, например представителей власти других регионов России.

Особо отметим в контексте нашего исследования желание ряда смолян проследить динамику мнения населения о деятельности власти, оценки ее репутации.

5. *Степень влияния на оценку репутации региональной власти (рис. 6).*



Рис. 6. Мнение населения Смоленской области об изменении оценки репутации власти по результатам прочтения брошюры

Проследив взаимосвязь брошюры и оценки репутации региональной власти, мы отметили небольшое изменение репутации в лучшую сторону для большинства респондентов. Смеем предположить, что это связано с повышением уровня информированности и формированием объективной, а не поверхностной основы репутации, исходя из изучения реальных показателей

ее деятельности. То есть смоляне проанализировали показатели, посмотрели место Смоленской области среди других субъектов РФ и сделали вывод, который образно можно сформулировать, как «все не так уж и плохо».

В то же время есть смоляне, чья оценка репутации немного ухудшилась. Представляется возможным считать данный факт нормальным, и даже положительным результатом, в контексте формирования именно репутации, а не имиджа власти. Первоначальная цель текущего уровня в процессе формирования репутации как раз и состоит в том, чтобы сделать ее реальной (адекватной), что связано с высоким уровнем информированности и критической оценкой гражданами предоставляемой информации.

б. Мотивационный потенциал населения к повышению уровня информированности о деятельности региональной власти и, соответственно, улучшению объективной основы формирования ее репутации. Респондентам был задан следующий вопрос: «Хотели бы Вы бесплатно получать подобную брошюру, чтобы лучше знать о результатах деятельности областной власти?». Было выявлено абсолютное единство во мнении смолян – 100% ответили «да». Таким образом, мы видим наличие позитивного мотивационного потенциала. В то же время следует отметить, что в данном случае мы выявили так называемый пассивный потенциал, то есть население хочет получать информацию о деятельности власти в готовом виде и бесплатно («на блюдечке»). В данной связи полезным было бы узнать мнение населения о повышении мотивации к самостоятельному поиску и изучению разноплановой информации о деятельности региональной власти (активный мотивационный потенциал). К сожалению, такая возможность была упущена автором в процессе исследования.

Итак, сделаем основные выводы.

1. Информационно-аналитическую брошюру можно рассматривать в качестве полезного и возможного к практическому использованию коммуникативного инструмента формирования репутации региональной власти. Он способствует повышению уровня информированности населения

о деятельности региональной власти, таким образом, улучшая объективную основу ее формирования. Данный инструмент может стать конструктивным элементом целостной системы информационно-аналитического сопровождения деятельности региональной власти.

2. Обязательными условиями эффективности брошюры являются: объективность и разносторонность предоставляемой информации о деятельности власти, иллюстрирующей как положительные, так и отрицательные аспекты ее результативности; доступность для большинства смолян и регулярность (целесообразной представляется, например, подобная форма ежегодного отчета о деятельности власти).

3. Требуется существенной проработки целевая ориентация и соответствующее содержание брошюры на предмет предоставления наиболее значимой информации для населения, с учетом особенностей и соответствующих потребностей в информации разных целевых групп.

4. Апробацию брошюры в качестве коммуникативного инструмента формирования репутации региональной власти можно считать проявлением коммуникативно-познавательной функции репутации, которая связана с упорядочиванием и кристаллизацией информационных потоков для населения. На наш взгляд, подобное (не обязательно в форме брошюры) обобщение ключевых аспектов деятельности власти, позволяющих населению сформировать целостное представление о ее результативности, должно стать одним из главных направлений информационной политики региональной власти.

Реализация данного направления особенно значима в ситуации недостаточно высокого уровня политической культуры населения Смоленской области, поэтому на первоначальном этапе власти необходимо целенаправленно формировать объективное информационное пространство политической реальности.

Таким образом, долгосрочная цель брошюры как коммуникативного инструмента формирования репутации региональной власти (естественно, в

комплексе с другими инструментами), должна заключаться в стимулировании граждан к самостоятельному поиску и обработке информации о деятельности власти, формированию активного познавательного интереса на постоянной основе. То есть необходимо целенаправленное планомерное повышение уровня политической культуры населения Смоленской области, что является необходимым условием формирования реальной репутации, с потенциалом ее перехода в позитивную.

Библиография

1. Галлямов Р.Р., Мингазова З.Р. Деловая репутация государственного аппарата как института политической власти // Известия высших учебных заведений. Социология. Экономика. Политика. – 2012. – № 1. – С. 23 – 25.
2. Кирпичев А.Е. Право на деловую репутацию государственных и муниципальных образований, органов государственной власти и местного самоуправления // Вестник Пермского университета. – 2013. – Выпуск 2 (20). – С. 120 – 126.
3. Коган Е.В. Управление репутацией в региональном политическом процессе РФ: на примере Челябинской области: Автореф. дис. ... канд. полит. наук. – М., 2013. – 25 с.
4. Мингазова З.Р. Деловая репутация государственного аппарата как института власти: политологический анализ: Автореф. дис. ... канд. полит. наук. Казань, 2012. – 21 с.
5. Сеин С.В. Оптимизация деловой репутации государственных служащих (психолого-акмеологический подход): Автореф. дис. ... канд. психол. наук. – М., 2012. – 25 с.
6. Трубецкой А.Ю. Категория репутации в социально-политической коммуникации: Автореф. дис. ... д-ра психол. наук. – М., 2006. – 47 с.

7. Устинова Н.В. Политическая репутация: сущность, особенности, технологии формирования: Автореф. дис. ... канд. полит. наук. Екатеринбург, 2005. – 18 с.

8. Фокин В.В. Социально-психологические факторы управления репутацией: дис. ... канд. психол. наук. – М., 2009. – 23 с.

9.

10. Харламов И.Г. Формирование репутации в политике и бизнесе: сравнительный анализ: Автореф. дис. ... канд. полит. наук. – М., 2009. – 21 с.

11. Шала Е.А. Управление репутацией виртуальной организации в сфере государственного управления // Вестник Университета (Государственный университет управления). – 2012. – № 4. – С. 83 – 88.

Авторская справка

Розанова Нина Николаевна – кандидат педагогических наук, доцент кафедры управления факультета экономики и управления ФГОУ ВПО Смоленский государственный университет, доцент.

Rozanova Nina Nikolaevna – candidate of pedagogical sciences, associate professor, Department of management, faculty of Economics and management of Smolensk state University, associate professor.

Ph.D., Associate Professor Smolensk State University

214000, г. Смоленск, ул. Бакунина, д. 7-а, кв. 24. 8 909 257 09 75

E-mail: roznina@yandex.ru.