

Механизм оценки репутации региональной власти*



Н.Н. РОЗАНОВА,
к.п.н., доцент кафедры
управления факультета
управления ГОУ
ВПО Смоленский
государственный
университет
(rozznina@yandex.ru)

В статье актуализирована проблема оценки репутации власти на региональном уровне. Предлагаемый к рассмотрению механизм оценки репутации региональной власти содержательно раскрыт по ключевым оценочным стадиям и структурным элементам (характеристикам) репутации. Определение последних исходит из основания удовлетворения потребностей населения региона. Предполагается возможность использования предложенного механизма как рабочего инструмента в процессе создания эффективной системы управления репутацией региональной власти.

Проблема формирования позитивной репутации власти стала актуальной на новом этапе становления российской государственности в условиях развития информационного общества, когда наряду с материальными ресурсами управления – экономическими, социально-политическими, силовыми – особое значение приобретают нематериальные ресурсы, среди которых важную роль играет репутация. Репутационный ресурс увеличивает способность того, кто им обладает, влиять на других индивидов и социум в целом. Репутация власти в России имеет сложносоставной характер, поскольку власть в стране распределена на федеральном, региональном и местном уровнях, оказывающих взаимное влияние друг на друга. В данной статье обозначена проблема рассматривается на уровне региона.

Невнимание органов государственной и муниципальной власти к вопросам формирования положительной репутации в значительной степени препятствует взаимодействию этих органов с населением, формированию у населения высокого уровня доверия и поддержки принимаемых управленческих решений. Обладание позитивной репутацией способствует упрочению позиций власти, что соответствует также ожиданиям населения, заинтересованного в эффективности ее работы при собственной активной гражданской позиции.

Репутация региональной власти формируется на основе реального опы-

та взаимодействия населения и органов власти и представляет собой устойчивое, рационально осознанное, складывающееся с течением времени оценочное мнение, отражающее высокую степень соответствия государственной и муниципальной политики интересам общества и личности (отвечающую современным актуальным социальным запросам).

Исходя из задач формирования позитивной репутации региональной власти, можно выделить следующие основные этапы данного процесса.

⇒ *Этап целевой ориентации власти* является начальным этапом управления репутацией власти и требует четкого осознания самой властью потребности в целенаправленном формировании собственной позитивной репутации как важнейшего стратегически значимого ресурса построения эффективной системы регионально-го управления в целом.

⇒ *Исследовательский этап* направлен на выявление основных структурных элементов репутации власти и оценку ее реального уровня. Преимущественному анализу содержания обозначенного этапа и посвящена данная статья.

⇒ *Этап программирования* включает в себя разработку новых механизмов и (или) внесение корректив в уже существующие механизмы и программы регионального развития по преодолению выявленных при оценке репутации расхождений и более целенаправленному форми-

рованию позитивной репутации власти. В результате реализации этого этапа на основе осознания властью общности интересов с населением региона выстраивается единый идейно-смысловой проект, содержащий совместные цели, ценности и модели поведения.

⇒ *Этап реализации* предусматривает как исполнение реальных политических решений и программ со стороны самой власти, так и формирование у населения намерения действовать в их русле, участвуя вместе с властью в осуществлении проекта.

⇒ *Этап мониторинга и оценки эффективности* включает в себя процесс постоянного отслеживания степени изменения репутационных показателей региональной власти, корректировку и оценку достигнутых результатов в ходе реализации программ по формированию репутации.

Остановимся подробнее на изучении содержания исследовательского этапа формирования позитивной репутации региональной власти.

С учетом научных разработок по проблеме оценки репутации [2, с. 273–280] представляется возможным выделить в реализации данного этапа три основные оценочные стадии.

1. Оценка субъективного восприятия репутации.

Основными методами данной стадии являются социологические: экспертные и анкетные опросы, фокус-группы.

Ключевые слова:
региональная власть, репутация, репутационные характеристики региональной власти, формирование позитивной репутации, механизм оценки репутации власти.

*Исследование выполнено при финансовой поддержке РГНФ в рамках научно-исследовательского проекта РГНФ «Оценка репутации региональной власти», проект № 11-12-67007 а/Ц.



В рамках научно-исследовательского проекта РГНФ в Смоленской области запущен массовый социологический анкетный опрос по оценке репутации исполнительной и законодательной (представительной) власти государственного и муниципального уровней. Выявляются основные характеристики репутации, то есть происходит операционализация понятия «репутация региональной власти» с точки зрения различных целевых групп; определяются система ценностей и результаты, ожидаемые целевыми группами.

Представляется необходимым выделение двух приоритетных аудиторий как объектов исследования: самой власти (в частности, в рамках проводимого исследования – на примере государственных органов исполнительной власти – государственных гражданских служащих Администрации Смоленской области) и населения региона в целом.

При этом помимо традиционных критериев выделения отдельных групп (пол, возраст, вид деятельности) учитываются степень общественно-политической активности граждан, уровень социального оптимизма и доверия к различным институтам в целом в контексте выявления зависимости между данными параметрами и показателями содержания и оценки репутации власти.

Также заметим, что особый интерес представляют оценка и соизмерение друг с другом не только репутации отдельных уровней власти (в рамках проводимого нами исследования – государственные и муниципальные органы исполнительной и законодательной власти Смоленской области), но и собирательной категории «региональная власть».

Исследователи отмечают, что, как правило, в проводимых социологических опросах респондентов не спрашивают, доверяют ли они власти в целом. Вопросы формулируются иначе: «Доверяете ли вы тем или иным институтам государственной или муниципальной власти?», «Доверяете ли вы конкретным политикам?» и т.п. Объяснения социологов сводятся к тому, что власть в целом – это абстракция, ее составляют конкретные люди и институты, а потому и доверие, якобы, может быть только к конкретным людям и институтам. Но такая позиция представляется не совсем верной [3]. В сознании обычного человека, как правило, репутационные характеристики разных властных органов и должностных лиц «накладываются» друг на друга и важно выяснить, в какой степени их конкретная оценка влияет на целостное восприятие власти, какой уровень власти как бы «тянет» за собой остальные.



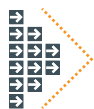
Проектируемые нами базовые репутационные характеристики (структурные элементы) региональной власти можно сгруппировать в четыре основные блока: социально-экономические, политико-правовые, морально-психологические и институциональные (профессиональные – внутренние характеристики самой власти). Также предполагается наличие обобщающих, так называемых «результатирующих», характеристик репутации власти (см. рисунок).

Таким образом, по результатам проведения данной стадии оценки субъективного восприятия репутации власти

становится понятным, с помощью каких характеристик люди определяют власть, то есть выявляется своего рода «идеальный набор» существенных характеристик репутации власти, по которым далее оценивается реальный уровень репутации региональной власти (в рамках проводимого исследования предлагается оценка по 5-балльной шкале).

2. Оценка объективных показателей репутации.

Данная стадия связана с определением ключевых показателей репутации преимущественно на основе анализа и обработки статистических данных в со-



ответствии с характеристиками репутации власти, то есть исследуются объективные показатели состояния государственного и муниципального управления и уровня эффективности проводимой политики. Например, такой репутационный элемент как законопослушность, честность власти выявляется через анализ информации о правонарушениях, коррупции во власти. Основная проблема подобной оценки заключается в сложности соотнесения элементов репутации, исходящих из субъективного мнения граждан, с объективными показателями эффективности деятельности власти и уровня развития региона.

3. Выявление проблемного поля репутации региональной власти.

На основании данных предыдущего этапа о реальных показателях репутации и их сопоставлении с максимально возможными (идеальными), делаются выводы о наиболее проблемных зонах в содержании репутации региональной власти. Именно на них должны быть направлены основные усилия власти при разработке программ по формированию своей позитивной репутации.

При этом особое внимание следует обратить на основания формирования общественного мнения относительно репутации власти. Принципиальным является выделение двух групп источников оценки, исходя из методологических подходов разведения категорий «имидж» и «репутация» [1, с. 25–26] по преимущественному основанию получения информации о деятельности того или иного органа власти.

Приоритетным критерием разделения, на наш взгляд, следует считать наличие опыта взаимодействия (реального или косвенного) гражданина с властью, что позволяет делать выводы о том, что оцениваемая характеристика власти является репутационной, а значит, имеет глубинную, рациональную, объективную основу формирования. В случае, когда мнение исходит преимущественно из СМИ, характеристики власти являются имиджевыми – эмоциональными, более поверхностными и нестабильными.

Прояснение данного аспекта в дальнейшем позволит более объективно подойти к выявлению и разработке необходимых инструментов формирования позитивной репутации региональной власти. Среди данных инструментов можно выделить две принципиально различающиеся группы: информационные (информационное освещение деятельности власти: масс-медиа, публик рилейшнз, политическая реклама) и практико-ориентированные (непосредственная деятельность власти).

Итак, представляется возможным использование разработанного механизма оценки репутации региональной власти в качестве научно-теоретической основы построения эффективной системы управления репутацией власти на уровне региона. ■

Литература

1. Важенина И.С. Концептуальные основы формирования имиджа и репутации территории в конкурентной среде: Автореф... д-ра экон. наук. – Екатеринбург, 2008. – 41 с.
2. Даулинг Г. Репутация фирмы: создание, управление и оценка эффективности: Пер. с англ. – М.: Консалтинговая группа «ИМИДЖ-Контакт»: ИНФРА-М, 2003. – 368 с.
3. Казин Ф.А. «Голосуют, и хорошо...». Проблема доверия к власти в России // <http://www.perspektivy.info/print.php?ID=35980>.