



не только легальный характер востребованности политических идей и идеологий, но и идеологическая политизация тенденций самоидентификации, определяющая степень легитимации господствующих идеологием в российском политическом процессе. Легитимация политических идей и идеологий есть ни что иное, как идеологическая агрегация и артикуляция социально-политических интересов, включенных в социально-мифологический контекст социально-политической системы.

Примечания

- ¹ См.: Шестов Н. И. Социально-политический миф : Теоретико-методологические проблемы : дис. ... д-ра полит. наук. Саратов, 2002. С. 3.
- ² Сергеева В. А. Современные политические идеологии в региональном избирательном процессе Нижегородской области : дис. ... канд. полит. наук. Н. Новгород, 2005. С. 145.

- ³ См.: Щербаков А. Е. Институциональные факторы формирования политической идеологии : дис. ... канд. полит. наук. М., 2004. С. 6.
- ⁴ Шестаков С. А. Консервативная политическая идеология в постсоветской России : дис. ... д-ра полит. наук. М., 2003. С. 19.
- ⁵ См.: Поливаева Н. П. Политическое сознание в условиях трансформации российского общества : дис. ... д-ра полит. наук. М., 2009.
- ⁶ См.: Грищенко М. Ю. Политический механизм формирования и реализации идеологии общественного развития современной России : дис. ... канд. полит. наук. М., 2009.
- ⁷ См.: Лиханова И. В. Дестабилизация политического процесса как угроза национальной безопасности России в контексте социальных трансформаций : дис. ... канд. полит. наук. М., 2010.
- ⁸ Вилков А. А., Захарова Т. И. Сакральные основания власти в политической жизни России. Саратов, 2010. С. 4.

УДК 32

РЕГИОНАЛЬНОЕ ПОЛИТИЧЕСКОЕ ЛИДЕРСТВО В ПОНИМАНИИ ЖУРНАЛИСТОВ И РУКОВОДИТЕЛЕЙ ПРЕСС-СЛУЖБ УЛЬЯНОВСКОЙ ОБЛАСТИ

А. Н. Рябушко

Ульяновский государственный университет
E-mail: a_ryabushko@mail.ru

В статье представлены особенности восприятия феномена регионального политического лидерства журналистами и руководителями пресс-служб Ульяновской области.

Ключевые слова: политология, региональное политическое лидерство, СМИ, связи с общественностью, элиты, кадровая политика.

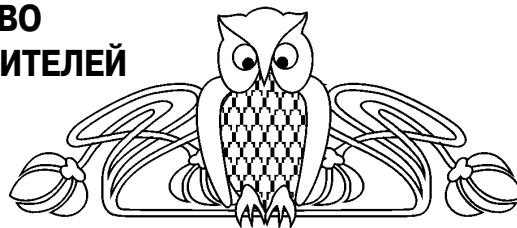
Regional Political Leadership in the Understanding of Journalists and the Spokesperson of the Ulyanovsk Region

A. N. Ryabushko

In this article the peculiarities of perception of the phenomenon of regional political leadership by journalists and the spokespersons of the Ulyanovsk region.

Key words: political science, regional political leadership, media, public relations, elite, human resources.

Феномен регионального политического лидерства представляет большой интерес для развития политической науки¹ на современном этапе². В научной литературе³ феномен регионального политического лидерства рассматривается с точки зрения присутствия дихотомии элита – масса как неотъемлемого атрибута любого государства⁴, где есть «многочисленный правящий класс, удерживающийся у власти частично с помощью силы, частично с согласия управляемого класса, более



многочисленного»⁵. Элита – это часть общества, состоящая из наиболее авторитетных, влиятельных людей, которая занимает ведущие позиции в выработке норм и ценностей, определяющих развитие и функционирование социальной системы⁶. Следовательно, масса – это та часть общества, которая не подпадает под это определение и выступает в качестве объекта влияния элиты. Элита, в свою очередь, это не аморфное образование, а репрезентативная группа конкретных людей. В широком понимании, элита – это доминирующая группа, обладающая формальной или неформальной властью. Группа представляет собой единство структурных элементов – лидеров, которые обладают этой властью. Иными словами, лидер – это персонифицированный структурный элемент элиты.

Понимание лидерства чрезвычайно актуально для Ульяновской области, где происходят активные политические процессы, есть региональные политические лидеры, которые принимают политические решения. Для политической науки представляет большой интерес понимание того, каким образом воспринимаются лидерство и лидеры руководителями пресс-служб, которые непосредственным образом участвуют в формировании образа лидера средствами информаци-



онных и PR-технологий. Не меньший интерес представляют собой мнения журналистов. Для того, чтобы приблизиться к лучшему пониманию данных вопросов, была разработана и применена авторская методика экспертного интервью с элементами анкетного опроса. Были получены и проанализированы мнения 18 руководителей пресс-служб исполнительных органов государственной власти Ульяновской области, которые высказались по 9 вопросам, среди которых были открытые, закрытые и альтернативные. Все мнения были записаны анонимно, то есть без привязки к конкретному респонденту. Исходя из специфической ориентации исследования, оно сконцентрировано на решении ряда задач. Во-первых, необходимо определить, тождественны ли мнения журналистов и мнения руководителей пресс-служб в отношении того, кто является политическим лидером, а кто нет. Во-вторых, важно выяснить, оказывают ли информационные и PR-технологии влияние на политических лидеров, их имидж и карьеру. Если да, то какие технологии наиболее эффективны. В-третьих, было важно зафиксировать тенденции, возникающие в процессе формирования феномена/образа политического лидера.

По итогам экспертного опроса руководителей пресс-служб получены следующие результаты.

Отвечая на вопрос «Считаете ли вы, что руководитель вашей организации является политическим лидером Ульяновской области?», большинство (15 респондентов) считает, что руководитель исполнительного органа власти является политическим лидером Ульяновской области. В этом они сходятся с одним из вариантов понимания политического лидерства, описанного Жаном Блонделем, как лидерства, основанного на занимаемой должности⁷.

На вопрос «Является ли работа в органах власти условием того, чтобы быть региональным политическим лидером?» большинство респондентов (9) ответили, что не обязательно нужно работать в органах власти, чтобы быть региональным политическим лидером. Как мы видим, это чрезвычайно интересно, ведь этот вопрос являлся уточняющим по отношению к первому.

Большинство участников опроса (14) на вопрос «Влияет ли ваша работа на карьеру руководителя вашего ведомства?» ответило утвердительно

Вопрос «Что на ваш взгляд является более важным в карьере регионального политического лидера?» предполагал два варианта ответа (или свой вариант). По мнению большинства (10) руководителей PR-служб, для карьеры руководителя важнее грамотно преподнести результаты, чем их достигнуть.

Отвечая на вопрос «Какие ресурсы информационных и PR-технологий вы используете в работе?», респонденты перечислили практически все известные на данный момент ресурсы: ресурсы

сети Интернет, печатные и электронные средства массовой информации.

Среди методов информационных и PR-технологий, которые респонденты используют в работе, были упомянуты: организация имиджевых статей, интервью, пресс-релизы, брифинги, пресс-туры, пресс-конференции, участие в профильных мероприятиях, активная ретрансляция последних новостей в социальных медиа, проведение круглых столов, оперативное реагирование на запросы журналистов. Все вышеперечисленные методы специалисты считают наиболее эффективными.

В процессе формирования позитивного имиджа руководителей своих организаций были отмечены следующие тенденции: чем качественнее написан текст, тем большее распространение в СМИ он получает; постоянное увеличение количества информации, исходящей из организации; цикличность и сезонность поднимаемых тем; увеличение количества исходящих пресс-релизов прямо пропорционально влияет на упоминаемость руководителя в СМИ; информированность повышает социальную стабильность в обществе; чем в большей степени организовано информирование в социальных медиа, тем больший интерес люди проявляют к организации; пресс-конференции проходят удачно, если их организовывать не чаще одного раза в месяц; при едином подходе к организации мероприятий их успех или неудача зависят от качества системы подготовки.

Мнения представителей средств массовой информации во многом совпадают с представлениями коллег из пресс-служб, но есть и отличные суждения, которые говорят о разнице в ожиданиях.

Первое такое отличие заключается в том, кто, на взгляд журналистов является региональным политическим лидером.

Большинство журналистов полагают, что региональным политическим лидером является губернатор Сергей Морозов (9) как глава региона и как лидер «априори». Также лидером признана глава города Ульяновска Марина Беспалова (2). Остальные персоны признаны лидерами не из-за того, что они являются руководителями органов областной исполнительной власти, а благодаря большой общественной работе, депутатскому мандату, партийному лидерству. На момент опроса лидерами благодаря принадлежности к региональным отделениям политических партий считались Александр Кругликов (КПРФ) (5), Николай Доронин (Справедливая Россия) (3), Вадим Харлов (Справедливая Россия) (3), Юрий Коган (экс-лидер регионального отделения ЛДПР) (1); благодаря депутатскому мандату и большой общественной работе – Геннадий Антонцев (1), Василий Гвоздев (1), Александр Майер (1); благодаря общественной активности – Александр Брагин (1), Сергей Герасимов (1), Алексей Куринный (2).

Для представителей СМИ региональное политическое лидерство означает не только облада-



ние должностью на государственной службе, но и много других необходимых факторов, которые взаимосвязаны и представляет собой целостную систему. В этом плане региональный политический лидер должен обладать значительным набором компетенций, обязан отстаивать интересы региона на федеральном уровне, способствовать развитию политической, культурной и экономической сфер жизни. Для успешного выполнения поставленных задач требуется чёткая линия и постоянный «креатив» в средствах массовой информации. Данный «креатив» должен разделяться большинством граждан. Это работа в команде на общие цели государства и общества, направленная на развитие региона в общеполитическом контексте. Предполагается участие в политической жизни Ульяновской области, выдвижение новых проектов и участие в обсуждении и реализации действующих. В нынешних условиях, по мнению журналистов, лидерство обусловлено также наличием власти и ресурсов, как финансовых, так и административных, для решения достаточно масштабных задач. Указанная особенность может заключаться в том, что человек должен возглавлять некую государственную или общественную организацию. Кроме достаточно общих факторов сотрудники СМИ выделили личностные: совокупность компетенций, способностей, харизмы, которые проявляются в политике. Это человек, который обладает доверием, позволяющим ему скрыто или открыто влиять на те или иные решения, принимаемые в области региональной и муниципальной власти.

Среди ключевых условий успешности регионального политического лидера журналисты выделили три: работа в органах власти, эффективное использование информационных технологий и хорошее образование. Среди прочих условий сотрудники средств массовой информации отмечают такие личные качества, как порядочность, честность, открытость, желание работать, управленческий опыт, наличие контактов, связей в политической среде региона и за его пределами. Важно умение чётко понимать, чего хочет вышестоящее руководство, а для этого необходимы крепкие связи с региональной элитой, с представителями разных групп, которые могут заметно влиять на ситуацию в области. Человеку должно быть интересно заниматься политикой, тогда он автоматически перейдёт на работу в органы власти. Другим условием является наличие твёрдой позиции, которая вызывает уважение у жителей региона и способна увлечь массы. Толчком к тому, чтобы человек стал региональным политическим лидером, может стать любое из вышеописанных условий, но все респонденты сходятся во мнении, что человек должен быть общественной фигурой, которая активно использует информационные технологии. Большинство руководителей пресс-служб (6) полагают, что ведение блога или сайта оказывает влияние на карьеру регионального политического лидера.

Сопоставляя важность достижений в основной деятельности и PR и информационного сопровождения этих результатов, все, за исключением двух респондентов, отметили, что оба варианта являются равноценными и один без другого практически нереален (9). Один журналист полагает, что важнее основная работа, другой посчитал, что важнее PR и информационное сопровождение.

Показательно, что и журналисты, и руководители пресс-служб считают эффективными примерно одни и те же информационные связи с общественностью: пресс-конференции, пресс-туры, различные мероприятия для СМИ, мультимедийные и интернет-технологии, включая работу в блогосфере. Есть технологии, которые руководители пресс-служб не упомянули, но журналисты признали очень эффективными: слив информации, грамотное медиапланирование, подача эксклюзивной информации. Сотрудники СМИ полагают, что секрет эффективных коммуникаций заключается в использовании максимального количества СМИ: ТВ, радио, интернет-СМИ; причём важна не столько технологическая составляющая, сколько качество и полнота распространяемой информации.

Называя информационные технологии и технологии связей с общественностью, которые используют региональные политические лидеры, журналисты перечислили все те методы, которые используют коллеги из пресс-служб: пресс-конференции и другие мероприятия для журналистов, интернет-технологии, включая использование социальных сетей, ТВ, радио, печатные СМИ. Учитывая то, что среди лидеров назывались не только представители органов власти, среди используемых технологий были упомянуты также флэшмобы и провокации.

В завершение интервью все участники согласились с утверждением, что при прочих равных возможностях более успешным оказывается тот региональный политический лидер, который наиболее активно и качественно использует информационные технологии.

Проанализировав мнения журналистов и руководителей пресс-служб по указанным проблемным вопросам и изучив предложения по усовершенствованию работы со СМИ в плане формирования лидерства, стало возможным выработать рекомендации правительству Ульяновской области:

- активизировать работу в сфере online взаимодействия, увеличить количество online трансляций;
- расширить возможность участия журналистов на официальных мероприятиях в здании правительства области;
- при наличии всех необходимых каналов и способов взаимодействия важно повысить эффективность их использования в плане большей адаптации под конкретную нишу, занимаемую изданием, с целью исключения размещения в СМИ пресс-релизов без редакторской правки;



– повысить количество личного общения через звонки и встречи сотрудников пресс-служб с журналистами, так как постоянное увеличение использование обезличенных коммуникаций через Интернет остаётся менее эффективным, нежели личное общение.

В результате проведённого исследования были решены ранее поставленные задачи. Определено, что мнения журналистов и мнения руководителей пресс-служб о том, кто является политическим лидером, а кто нет, тождественны лишь частично. Тождественность взглядов проявляется в отношении губернатора Ульяновской области Сергея Морозова. В остальных случаях лидерами признаны люди, либо облечённые исполнительной/законодательной властью, либо являющиеся лидерами общественных организаций/партий и активные общественные деятели.

Установлено, что информационные и PR-технологии оказывают влияние на политических лидеров, их имидж и карьеру; были перечислены наиболее эффективные информационные и PR-технологии.

Зафиксированы тенденции, возникающие в процессе формирования феномена/образа политического лидера.

Для повышения практической значимости исследования были предложены рекомендации правительству Ульяновской области для совершенствования информационной и PR-политики региона.

Примечания

- 1 См.: *Аристотель*. Политика // Аристотель. Сочинения : в 4 т. Т. 4. М., 1983.
- 2 См.: *Моска Г.* Правящий класс // Социс. 1994. № 10. С. 187–198.
- 3 См.: *Плутарх*. Избранные жизнеописания : в 2 т. М., 1986.
- 4 См.: *Платон*. Государство // Платон. Собр. соч. : в 4 т. Т. 3. М., 1994.
- 5 *Pareto V.* Trattato di sociologia generale : in 4 vol. Firenze, 1916. Vol. 1. P. 317.
- 6 См.: *Ашин Г. К.* Элитология : история, теория, современность. М., 2010. С. 15.
- 7 См.: *Блондель Ж.* Политическое лидерство : Путь к всеобъемлющему анализу. М., 1992.

УДК 32.01

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ОППОЗИЦИИ В РОССИИ: ЭКСПЕРТНЫЕ ОЦЕНКИ

А. А. Воробьев

Тамбовский государственный технический университет
E-mail: a-vorob-t@yandex.ru

Статья посвящена исследованию проблемы эффективности политической оппозиции в современной России. Автор проводит сравнительный анализ докладов ряда крупнейших экспертных центров России, посвященных массовым протестным настроениям. В работе делается вывод, что эффективность оппозиционности общества напрямую обусловлена качеством существующей в рамках системы политической оппозиции.

Ключевые слова: оппозиция, оппозиционность, политический протест.

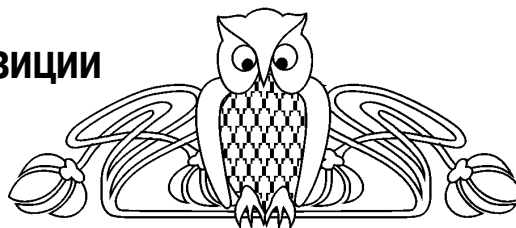
Efficiency of Political Opposition in Russia: Expert Opinion

A. A. Vorobyev

The article deals with the problems of efficiency of the political opposition in Russia. By a comparative analysis of reports of several major centers of expertise in Russia, on a mass protest. The paper concludes that the effectiveness of public opposition due to the quality of the existing directly within the political opposition.

Key words: opposition, political protest.

Оценка эффективности оппозиции как политического субъекта и оппозиционности как политического явления – актуальная, но в то же время сложная проблема, решение которой пред-



ставляет значимость в контексте как политической теории, так и практики. Сложность работы в этом направлении, прежде всего, предопределена отсутствием единственного показателя результатов, каким в коммерческом секторе является прибыль, а также тем, что эта результативность, как правило, плохо поддается измерению. Эти обстоятельства, с одной стороны, создают благоприятные условия для появления большого количества мнений и оценок, которые высказываются в адрес оппозиции, с другой – снижают качество научной и экспертной дискуссии ввиду отсутствия общепризнанных критериев для проведения подобной оценки.

В рамках данной статьи, безусловно, не ставится задачи разработать универсальную теоретико-методологическую модель оценки эффективности оппозиционного движения в современной России. Автор ориентирован лишь на постановку проблемы, которая незаслуженно оказалась на периферии научного дискурса, а также на некую систематизацию существующих в этом направлении наработок с использованием массива экспертных оценок в качестве измерительного инструмента.