



DOI: 10.22363/2313-2272-2022-22-3-572-589

Информационное поле концепта «репутация российской власти» в зеркале экспертного и общественного мнения*

Н.Н. Розанова

Смоленский государственный университет
ул. Пржевальского, 4, Смоленск, 214000, Россия
(e-mail: rozznina@yandex.ru)

Аннотация. В статье представлены результаты исследовательского проекта по изучению репутации российской власти. Его задачами были выявление и обоснование содержания концептов «репутация российской власти» (государственной и муниципальной) и «репутация уровней и ветвей российской власти» (на примере региональной исполнительной власти), и определение степени тождественности их концептуального поля. Была разработана, эмпирически обоснована (по результатам экспертной оценки и массового опроса населения регионов Центральной России в августе — ноябре 2021 года) и уточнена теоретическая модель концепта «репутация российской власти», который ранее не выступал самостоятельным предметом научного исследования. В статье представлены структура и содержательное наполнение информационного поля концепта, которое (с известной долей условности) определено как двуядерное. Базовое ядро — это смысловое поле категории «репутация», содержательное ядро включает характеристики концепта «репутация российской власти». Обозначены приоритетные характеристики, составляющие основу содержательного ядра или ближнюю периферию базового ядра, а также характеристики дальней и крайней периферии. В содержании концепта «репутация российской власти» определены два принципиальных блока — институциональный и деятельностный — в их интегрирующих характеристиках — служение народу и результативность/эффективность власти. Выявлено преобладание характеристик институционального блока (особенно в общественном мнении), свидетельствующее о приоритете ценностного содержания репутации над прагматическим. В научный оборот вводится концепт «репутация российской власти» — как сложный национальный феномен исторически обусловленной общественно-политической действительности, представляющий собой ценностное восприятие и относительно устойчивое мнение граждан о власти, основанные на определенном опыте общения, оценке ее реальных действий, вызывающие чувство доверия и воплощающие предназначение власти — служение народу — в результативной, эффективной деятельности; отражающий систему ожиданий и представлений граждан о должной власти (честной, ответственной, справедливой, заботливой и обеспечивающей защиту).

Ключевые слова: репутация российской власти; концепт; концептуальное поле; информационное поле; содержательные характеристики репутации российской власти; ценностное отношение к власти; экспертное мнение; общественное мнение

* © Розанова Н.Н., 2022

Статья поступила 16.01.2022 г. Статья принята к публикации 07.04.2022 г.

Кардинальные ценностные преобразования XXI века, сопряженные со становлением нового типа общества, приводят к трансформации социальных отношений и восприятия социальных феноменов. Реалии информационного общества и цифровизация ключевых социальных процессов меняют понимание окружающего мира, смещая акценты с оценки реальных действий на образ этих действий. В результате знание формируется не столько самой реальностью, сколько ее создаваемым и транслируемым образом [20. С. 139]. Изучение концепта «репутация российской власти», сопряженного с «политикой реальных дел» и определяющего возможности ухода от манипулирования общественным сознанием и трансляции исключительно позитивных имиджей власти, актуализировано национальными приоритетами — достижения внутреннего единства и согласия, развития механизмов взаимодействия государства и гражданского общества.

Репутация — один из ключевых видов символического капитала, нематериальных ресурсов развития субъекта, определяющих его потенциал. Изучение репутации, в том числе как междисциплинарного феномена, находится в фокусе внимания современной науки. Спектр подходов и интерес исследователей обуславливается и важностью прикладных задач — в области управления репутацией. Высоким потенциалом обладает изучение репутации политических субъектов, включая перспективы комплексного осмысления репутации власти в контексте современного российского социально-политического пространства. В силу отсутствия в российской науке исследований репутации власти на уровне сложных комплексных субъектов (власть в целом, федеральная/региональная/муниципальная власть с учетом ветвей власти) необходима разработка методологии исследования концепта «репутация власти» и ее эмпирическая апробация. Под концептом «репутация власти» понимается как репутация российской власти в целом (государственная и муниципальная власть), так и репутация ее различных уровней и ветвей. Соответственно, исследование имеет два основных вектора: выявление и обоснование содержания концепта «репутация российской власти» (результаты представлены в данной статье) и концепта «репутация различных уровней и ветвей власти» на примере репутации региональной исполнительной власти.

В изучении репутации российской власти ключевым выступает институциональный (неоинституциональный) подход, актуализацию которого связывают с работой Д. Марча и Й. Олсена [27]. Обращение к данному подходу продиктовано и необходимостью преодоления последствий институциональной бессубъектности 1990-х годов, оправдания общественных ожиданий улучшения деятельности государства [2. С. 8889]. К значимым положениям «нового» институционального подхода относится концепция институциональной логики — системы культурных элементов (ценностей, убеждений и нормативных ожиданий), с помощью которых формируются смыслы, происходит оценка

повседневной деятельности [26]; а также фокус на интересах и предпочтениях акторов, правилах их поведения [9. С. 209].

Принимая во внимание разнообразие направлений неинституционализма [см., напр.: 28], мы руководствуемся преимущественно идеями социологического неинституционализма, акцентирующего внимание на исследовании ценностной основы деятельности акторов и культурного контекста, на кодах, нормах должного поведения, определении институтов в терминах системы убеждений [4. С. 63]; на первый план выходит процесс конструирования общественных норм в ходе социализации и формирования устойчивых идентификаций [16. С. 67]. Формирование ценностного пространства российской власти сопряжено с ее положительной репутацией у населения, что обеспечивает высокую поддержку власти и ее идентификацию — «моя/наша власть».

В «оптике» социологического институционализма логика объяснений выстраивается через создание категориальной схемы, которая позволяет уточнять используемые концепты, расщеплять их, вводить в объяснительную схему новые концепты, фиксирующие феномены эмпирической реальности, которым прежде не придавалось важное значение [11. С. 189]. К таким феноменам относится масштабный институциональный субъект — российская власть, и центральный концепт — «репутация власти».

Дизайн исследования включает два ключевых этапа: 1) научно-теоретический этап — были изучены различные аспекты репутации власти как междисциплинарного феномена, с использованием методов теоретического познания; сформулированы рабочие гипотезы — а) содержательно концепт «репутация власти» включает в себя два принципиальных блока (институциональные — качественные характеристики власти, исходящие из ее предназначения — и деятельностные/функциональные характеристики, отражающие содержание и основные направления деятельности власти, ее результативность/эффективность); б) уровень развития региона может оказывать влияние на сущностные признаки и содержание концептов «репутация власти» и «репутация различных уровней ветвей власти» — они будут едины в ядре концепта и базовых блоках характеристик или будут зависеть от уровня развития региона. В статье представлено обоснование гипотез в части концепта «репутация российской власти». По результатам научно-теоретического этапа была построена рабочая модель концепта «репутация власти» и уточнена методология эмпирического исследования.

2) Эмпирический этап исследования включал два подэтапа: сначала был проведен экспертный опрос [7; 24] в августе — сентябре 2021 года. В исследовании приняли участие 15 экспертов (выборка методом «снежного кома») — авторитетных ученых, занимающихся проблемой репутации, и практикующих политологов, руководителей профессиональных сооб-

ществ в области политконсалтинга, с опытом работы/проведения исследований в социально-политической сфере (15–20 лет). Анкета включала преимущественно шкальные и открытые вопросы [13. С. 187]. Полученные результаты позволили уточнить рабочую теоретическую модель концепта и легли в основу инструментария массового анкетного проса, реализованного в октябре — ноябре 2021 года. Одна из гипотез определила основной критерий отбора — уровень развития региона, с учетом его динамики. В качестве пилотных были выбраны 6 регионов Центрального федерального округа (далее — ЦФО). Уровень развития регионов — условный синтетический критерий, аккумулирующий несколько многофакторных классификаций, с приоритетом их социальной ориентации (рейтинги качества жизни; социально-экономическое положение; уровень благосостояния семей; индекс развития человеческого потенциала). Соответственно, были определены регионы, сопоставимые по основным параметрам: Смоленская, Брянская и Орловская области (средний уровень развития, по ряду параметров ближе к низкому; низкая динамика) и Белгородская, Калужская и Липецкая области (высокий уровень развития; высокая динамика). Количество респондентов — 1500 человек, выборка многоступенчатая, квотная по полу, возрасту, территории проживания (областной центр — периферия). Расчет выборки осуществлялся на основе данных Росстата на 1 января 2021 года. Объем и структура выборочной совокупности отвечают требованиям репрезентативности, ошибка выборки — 2,53 %. Эмпирический этап позволил провести апробацию методологических положений, уточнить и содержательно «наполнить» теоретическую модель концепта «репутация власти» с учетом экспертного и общественного мнения.

Таким образом, изучение концепта соответствует общей логике этапа концептуализации в социологическом исследовании — с применением алгоритмической и вербальной методических стратегий преобразования эмпирических данных [8]. Используется методология концептуального анализа как наиболее эффективная в концептуально сложных («нерасчищенных») предметных областях, в которых значения терминов четко не зафиксированы, объем и содержание понятий не определены, отношения между понятиями не установлены [10. С. 118].

Представим ключевые теоретические положения и результаты эмпирической проверки и обоснования рабочих гипотез исследования.

Концепт занимает центральное место в изучении спектра проблем гуманитарных наук, являясь также самостоятельным предметом исследования. Многообразии научных подходов к его трактовке [см., напр.: 6; 15] определено как тем, что *концепт* является «категорией мыслительной, ненаблюдаемой, и это дает большой простор для ее толкования» [13. С. 16], так и его междисциплинарностью и многомерностью. Принимая во внимание разнообразие подходов к интерпретации концепта и отталкиваясь от его энциклопедического

дически нейтрального и лаконичного определения как содержания понятия, его смысловой наполненности в отвлечении от конкретно-языковой формы выражения [1], выделим ряд положений, наиболее значимых в нашем исследовании: концепт является ментальной проекцией культурного контекста, связан с национальными ценностями и культурными особенностями; в составе концепта есть пассивный (исторический) и активный (актуальный) слои; *концепт является единицей коллективного знания/сознания*, носит надличностный характер; концепт представляет собой образование динамического характера, обладает относительно упорядоченной структурой; *концепт многомерен, имеет сложную структуру; смысловая многослойность концепта оборачивается его дискретностью, что делает возможным фиксацию репрезентаций смыслов и легитимирует работу с эмпирическими данными* [18. С. 113–114]; в содержание концепта входят как соответствующие значения, так и совокупность ассоциаций, связанных с личным и культурным опытом носителя [15. С. 3].

При разработке концептуального поля понятия «репутация власти», поскольку представители разных научных школ вычлениют сходные базовые компоненты, мы опирались на семантико-когнитивный подход З.Д. Поповой и И.А. Стернина, предлагающих трехкомпонентную структуру концепта: чувственный образ, информационное содержание и интерпретационное поле [13. С. 74–81]. В статье мы сосредоточимся на информационном компоненте концепта, который включает основные, наиболее важные отличительные черты концептуализируемого предмета или явления; это признаки, наиболее существенные для предмета или его использования, характеризующие его важнейшие дифференциальные черты, обязательные составные части, основную функцию и т.п. [13. С. 77–78]. Информационное поле концепта рядом исследователей определяется и как понятийное. В силу ограниченности объема публикации не представляется возможным изложить результаты изучения интерпретационного и образного полей концепта «репутация российской власти».

По результатам изучения научно-теоретических подходов и уточнения теоретической модели на основе экспертного мнения была разработана схема информационного поля концепта «репутация российской власти» (Рис. 1) — оно определено как двуядерное. В центре находится категория «репутация» (с ее условным преломлением к субъекту, носителю репутации — российской власти — и объекту — населению как носителю мнения о репутации). Соответственно, базовое ядро составляют сущностные признаки репутации. Содержательное ядро — это совокупность характеристик, составляющих репутацию российской власти. Двуядерная структура концепта введена, чтобы правильно расставить акценты в его двуслойности (репутация + репутация российской власти). Если вернуться к общим принципам структуры концепта, то содержательное ядро можно представить как периферию базового ядра.

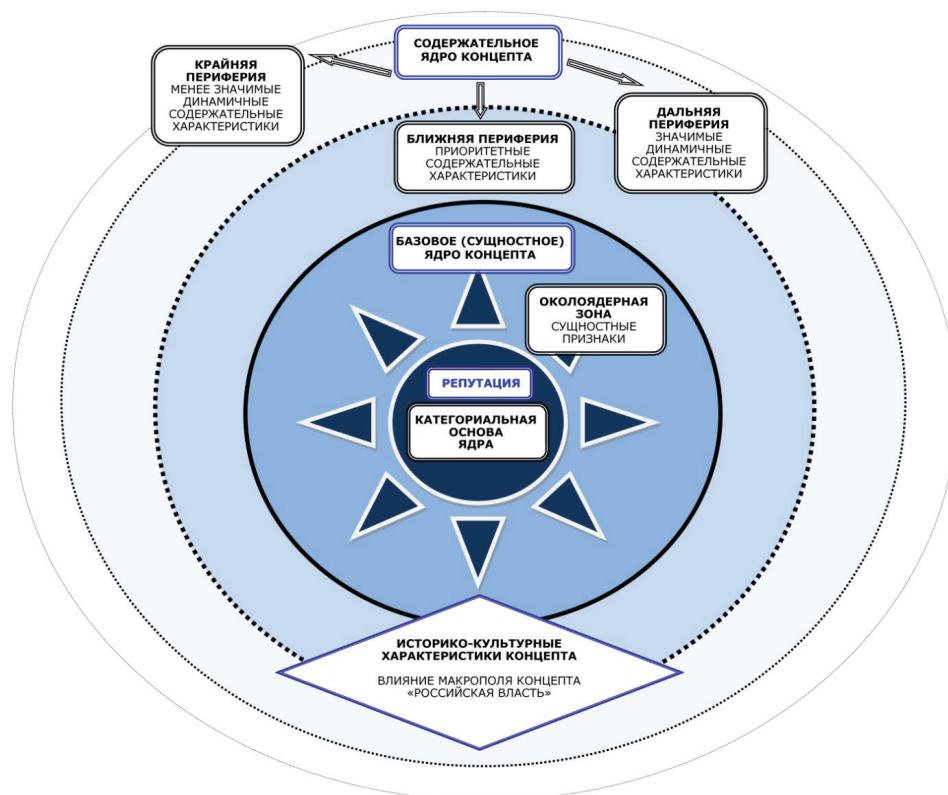


Рис. 1. Структура информационного поля концепта «репутация российской власти»

Базовое ядро — смысловое поле «репутации» — состоит из категориальной основы (дефиниция «репутации») и околядерной зоны (сущностные — конститутивные — признаки репутации, которые выделяют ее из ряда других, в том числе близких феноменов (таких, как имидж). В содержательном ядре можно выделить приоритетные содержательные характеристики репутации российской власти, которые составляют основу ядра (ближняя периферия базового ядра концепта) и отличаются относительной устойчивостью (разделяются большинством), и значимые динамичные содержательные характеристики (дальняя периферия). Под динамичностью характеристик понимается их большая (по сравнению с характеристиками ближней периферии) подверженность влиянию разных факторов (субъективные особенности отношения к власти, персональный опыт взаимодействия с ней, особенности развития социально-политической ситуации в регионе и др.). Проявление «подвижности» характеристик можно увидеть в расстановке акцентов респондентами из разных регионов при определении степени их значимости. Также в структуре концептуального поля выделим крайнюю периферию, включающую еще менее значимые и более динамичные характеристики (1).

В концептуальное поле по результатам экспертной оценки также включены (в качестве рабочего, требующего дальнейшего изучения, структурного

элемента) историко-культурные характеристики — особенности национальной модели государственности и формирующиеся под влиянием макрополя концепта «российская власть».

Рассмотрим структурные элементы поля концепта подробнее.

Базовое (сущностное) ядро концепта «репутация российской власти». Экспертам, используя метод рецептивного эксперимента, были заданы вопросы: «Что Вы понимаете под категорией “репутация российской власти”, учитывая, что подразумевается официальная государственная и муниципальная власть?»; аналогичные вопросы о ключевых характеристиках и аспектах (сущностных и содержательных) репутации российской власти (2). На основе экспертного мнения была определена категориальная основа базового ядра: мнение, оценка, отношение, восприятие/образ, представление населения о власти («*мнение, социальная оценка актора, восприятие гражданами “поведения” власти всех уровней, отношение населения к власти и ее восприятие населением (образ), под репутацией власти мы понимаем отношение к ней со стороны населения*»). Это номинативные признаки категории «репутация» — в рамках массового опроса населения «перепроверять» их было излишним.

Эксперты выделили сущностные признаки (околоядерная зона) репутации:

- доверие (ключевой признак) — «*репутация — это степень доверия граждан к власти, как население относится к власти, т.е., по большому счету, близко к доверию*»; в исследовании репутации большую роль играет концепция доверия (так, П. Штомпка относит репутацию к основаниям доверия [29. С. 71], в психологии доверие — родовое понятие по отношению к репутации [22]);
- устойчивость, длительность (опыт взаимодействия, история отношений);
- оценка реальных действий, поведения власти — «*устойчивое мнение о власти, сформировавшееся у общества в течение длительного времени на основе реального опыта взаимодействия населения и государственных органов, устойчивый образ, мнения и оценки, учитывающие события и действия власти*»; «*ретроспективное восприятие гражданами “поведения” власти всех уровней*»;
- ценностное отношение к власти;
- система ожиданий, представлений о соответствии власти ее должному/идеальному варианту — «*система ожиданий соответствия власти представлениям о справедливом, заботливом и честном управлении государственными и муниципальными ресурсами*»; «*репутацию власти можно определить как отражение в массовом сознании общества (региона, города и т.п.) представлений о соответствии (несоответствии) образа власти ее идеальному прототипу... в репутации сравнивается реальная власть с представлением о должном, нормативном, эталонном*».

Ответы экспертов принципиально соотносятся с теми существенными признаками репутации, которые выделяют исследователи [см., напр.: 3; 5; 14; 19; 21–23]. Допущенное нами условное определение структуры концепта как двухъядерной и «репутации» в качестве ее базового ядра наглядно иллюстрирует мнение эксперта: *«Репутация власти — то же самое, что репутация организации, независимо от сферы деятельности, но она касается отношения граждан к институтам и руководству власти».*

Ключевые существенные признаки концепта, выделенные экспертами, подтверждаются результатами опроса населения (Табл. 1). Кардинальной разницы в ответах респондентов из разных регионов не выявлено — расхождения составляют до 10 % (за единичными исключениями), и отсутствует зависимость ответов от региона.

Таблица 1

«Согласны ли Вы со следующими утверждениями?»

Существенные признаки	Да	Нет
	%	%
Репутация власти формируется длительное время	87,7	12,3
Репутация — это устойчивое мнение о власти	75,9	24,1
Репутация основана на опыте взаимодействия населения и власти	85,3	14,7
Репутация — это оценка реальной деятельности, поступков власти	83	17
Репутация показывает, насколько власть близка к идеалу	67	33
Репутация отражает степень доверия к власти	82,9	17,1
Репутация — это ценностное отношение к власти	74,2	25,8

Содержательное ядро концепта «репутация российской власти» эксперты определили следующим образом (названы большинством): честность; ответственность; справедливость; забота о народе, его защита; легитимность, законность; открытость, прозрачность; результативность/эффективность (достижение поставленных целей) — ближняя периферия базового ядра. Был предложен ряд конкретных характеристик, связанных с деятельностью власти в различных сферах, с ориентацией на потребности и интересы населения в части обеспечения «достойной жизни» (например, качество образования, здравоохранения, культуры, комфортная среда и др.), которые были объединены в характеристику «создание условий для достойной жизни».

Эксперты назвали и иные содержательные характеристики, которые можно отнести к дальней и крайней перифериям базового ядра: верность слову, выполнение обещаний; «близость к народу», понимание нужд и чаяний жителей, отзывчивость; сила власти; коммуникация, взаимодействие с населением; профессионализм, компетентность; неподкупность (отсутствие коррупции)

и др. Поскольку в экспертном мнении принципиальных различий в данной группе выявлено не было, основанием для их отнесения к дальней и крайней периферии стало общественное мнение.

Смысловое наполнение характеристик, определенных экспертами, позволяет сгруппировать их в соответствии с предположением о выделении в содержательном ядре репутации российской власти двух принципиальных блоков: институционального и деятельностного. Первые эксперты «наполнили» следующими характеристиками: честность; ответственность; справедливость; забота о народе, его защита; верность слову, выполнение обещаний; «близость к народу», понимание нужд и чаяний жителей, отзывчивость; сила власти; открытость, прозрачность; коммуникация, взаимодействие с населением; неподкупность власти; легитимность, законность действий; ориентация на развитие. Также сюда вошла интегрирующая характеристика институционального блока — служение народу, нравственные ценности/ориентиры власти. Характеристики деятельностного блока: профессионализм, компетентность; качество оказываемых услуг; эффективность управления ресурсами, расходования бюджетных средств; оперативность принятия решений; готовность к разрешению кризисных ситуаций; создание условий для достойной жизни; и интегрирующая характеристика — результативность/эффективность. Разделение содержательных характеристик репутации на два блока условно — для определения степени значимости ценностного (институциональный блок) или прагматического (деятельностный блок) содержания. Экспертное мнение свидетельствует о приоритете ценностного содержания репутации.

Перечень из 20 определенных экспертами содержательных характеристик лег в основу массового опроса в 6 регионах ЦФО. Хотя ряд характеристик оказался многосоставным (служение народу; результативность/эффективность, отчасти конкретизированная в характеристике «создание условий для достойной жизни» через направления деятельности власти по достижению показателей эффективности), мы сохранили их в формулировках экспертов не только для «чистоты» эмпирической части, но и исходя из задачи изучения значимости для населения более конкретных/предметных или обобщающих/интегрирующих характеристик.

Руководствуясь положением о трех измерениях репутации в европейской традиции (функциональное, социальное и эмоциональное) [25] и соотнеся два первых измерения с блоками институциональных (социальное измерение) и деятельностных (функциональное) характеристик, в массовом опросе было решено уточнить и значимость эмоционального измерения. В рамках экспертного опроса только один эксперт выделили публичный образ власти («внешний вид политиков/чиновников/государственных учреждений и т.д.»), поэтому к 20 содержательным характеристикам экспертов был добавлен внешний образ власти. Ниже представлены результаты опроса населения (Табл. 2–3).

Вопрос звучал следующим образом: «Выберите 5–7 наиболее значимых для Вас характеристик, которые создают репутацию российской власти». В Таблице 2 представлены более, в Таблице 3 — менее значимые характеристики.

Таблица 2

Содержательные характеристики репутации российской власти, значимые для четверти и более опрошенных, в %

Характеристики репутации российской власти	Средний % по регионам	Белгородская область	Калужская область	Липецкая область	Брянская область	Орловская область	Смоленская область
1. Честность	58,3	71,2	56,3	45,1	57,5	54,8	59,2
2. Забота о народе, его защита	53,8	56,2	63,6	44,1	50,9	61,3	48,8
3. Справедливость	52,8	61	55	46,4	50,5	52,4	47,9
4. Ответственность	52,1	54,5	55,4	47,9	52,4	47,6	53,1
5. Близость к народу, понимание нужд и чаяний народа, отзывчивость	41,5	40,7	48,9	46,7	35,2	37,5	39,9
6. Выполнение обещаний – соответствие слова и дела	41	34,2	49,4	37,2	39,6	47	36,2
7. Неподкупность власти (отсутствие коррупции)	31,7	29,7	42,4	29,1	27,1	29,2	34,1
8. Открытость, прозрачность	31,2	51,4	31,6	27,6	30,4	26,8	34,7
9. Сила власти	29,9	35	17,7	37,5	28,6	22,6	32,4
10. Коммуникация, взаимодействие с населением	29,4	28,5	33,3	36	25,6	24,4	27,2
11. Профессионализм, компетентность	28,7	24,3	35,1	25,7	28,6	31,5	30,8
12. Создание условий для достойной жизни (доходы, рабочие места, инфраструктура, демография, здравоохранение, образование, комфортная среда)	27,5	23,2	40,7	19,5	24,9	20,8	25,7
13. Служение народу, нравственные ценности/ориентиры власти	22,8	20,9	18,6	28,7	20,9	25	23,8

Наиболее значимы для населения (половины и более опрошенных) честность; забота о народе, его защита; справедливость и ответственность (прежде всего, Белгородской области). При этом ряд характеристик в Липецкой области (все четыре характеристики; в целом характерен более равномерный выбор характеристик), Орловской (ответственность) и Смоленской (забота о народе, его защита; справедливость) немного «отстают» от среднего значения (50 % и более). Тем не менее, по сравнению с остальными характеристиками

в данных регионах, они все равно являются лидирующими (за исключением «близости к народу, понимания нужд и чаяний народа, отзывчивости» — в Липецкой области она вторая по значимости после ответственности. Зависимость между значимостью содержательных характеристик и группами регионов отсутствует, но выражены особенности выбора в каждом регионе: например, население Белгородской области особое внимание уделило открытости, прозрачности власти — 51,4 %; сила власти менее значима для жителей Калужской области. Изучение и интерпретация особенностей данного выбора — задача следующего этапа исследования.

К характеристикам дальней периферии отнесем те характеристики, что значимым менее чем для четверти опрошенных (исключая приоритетные), — ранее они были отнесены к динамичным, что и было подтверждено результатами массового опроса: их «подвижность» зависит от особенностей восприятия власти населением каждого региона. Содержательные характеристики, имеющие невысокую степень значимости для населения, можно отнести к крайней периферии информационного поля концепта «репутация российской власти» (Табл. 3). Внешний образ власти в силу его минимальной значимости для населения в поле концепта включен не был.

Таблица 3

Содержательные характеристики репутации российской власти, значимые менее чем для четверти опрошенных, в %

Характеристики репутации российской власти	Средний % по регионам	Белгородская область	Калужская область	Липецкая область	Брянская область	Орловская область	Смоленская область
14. Эффективность управления ресурсами, расходования бюджетных средств	17,8	11,9	21,6	20,3	16,1	17,9	22,4
15. Качество оказываемых услуг	17,4	17,5	22,1	11,5	19,4	16,1	17,8
16. Легитимность, законность действий	16,7	15,5	18,2	11,9	16,8	17,9	21,5
17. Результативность, достижение поставленных целей, эффективность	14,9	12,1	15,6	17,2	12,8	19	15
18. Ориентация на развитие страны	13,8	14,7	19,9	8,8	10,3	20,8	10,8
19. Готовность к разрешению кризисных ситуаций	13,3	15	16	10	11	15,5	12,6
20. Оперативность принятия решений	10,3	14,7	16,5	16,5	17,9	21,4	16,8
21. Внешний образ: внешний вид служащих/зданий/интерьер и т.п.	3,7	2,8	2,6	5,4	6,2	4,2	0,5
Иное/ничего из перечисленного	0,46	0,6			0,7	1,1	

Таким образом, в качестве основы содержательного ядра (ближней периферии базового ядра) выступают семь приоритетных характеристик: честность; забота о народе, его защита; справедливость; ответственность (по мнению и экспертов, и населения); легитимность, законность; открытость, прозрачность; результативность/эффективность (по мнению экспертов). В оценках экспертов и населения в содержательном ядре преобладают характеристики институционального блока, что позволяет говорить о приоритете ценностной составляющей репутации российской власти над прагматической.

Выделенные характеристики репутации российской власти позволяют определить смысловое наполнение данного концепта. Изучение факторов, источников формирования репутации власти, собственно оценка репутации и других значимых признаков, вытекающих из ее основного информационного содержания, а также чувственного репутационного образа (методом рисуночного теста для экспертов и его вербального описания для населения), проводилось автором в рамках исследования интерпретационного и образного полей концепта ранее. Так, оценка репутации российской власти в целом, по уровням и ветвям власти, отдельным высшим должностным лицам позволила выявить, с одной стороны, наличие единого оценочного пространства, в том числе, для 6 регионов Центральной России (преобладает трехбалльная оценка по шестибалльной шкале, различия в оценке незначительны), с другой — определенные закономерности в оценке (например, региональные органы власти оцениваются выше, чем федеральные и муниципальные, а оценка репутации губернатора — самая высокая по сравнению с главой Правительства РФ и главой муниципального образования, практически совпадает с репутации оценкой Президента РФ).

Историко-культурные характеристики концепта «репутация российской власти». Часть экспертов в качестве концептуальных признаков репутации российской власти выделила ряд особенностей, характерных для исторически сложившейся национальной модели государственности и ее восприятия населением: моноцентризм, стремление к контролю за публичной сферой, державная идеология, высокая «дистанция власти», претензии на патернализм, сакрализация руководителей; слабое вовлечение граждан в процесс управления; низкая степень коммуникации с населением и др. Данные особенности, безусловно, влияют на репутацию российской власти и формируются под влиянием макрополя концепта «российская власть». На данном этапе исследования их можно включить в концептуальное поле в качестве условного рабочего элемента, руководствуясь положением о наличии в составе концепта пассивного (исторического) и активного (актуального) слоев [17]. Оценка «активности» характеристик, включенности в контекст концепта, — самостоятельная задача дальнейшего исследования (например, патернализм можно определить как характеристику активного слоя, исходя из того, что «забота о народе, его защита» оказалась в числе наиболее значимых для насе-

ления репутационных характеристик). Соответственно, историко-культурные характеристики концепта «репутация российской власти» можно рассматривать либо в качестве самостоятельного элемента концептуального поля, либо в качестве фактора, влияющего на формирование репутации.

По результатам апробации теоретической модели концепта наполним его информационное поле (Рис. 2; характеристики крайней периферии не включены, чтобы избежать визуальной перегруженности).

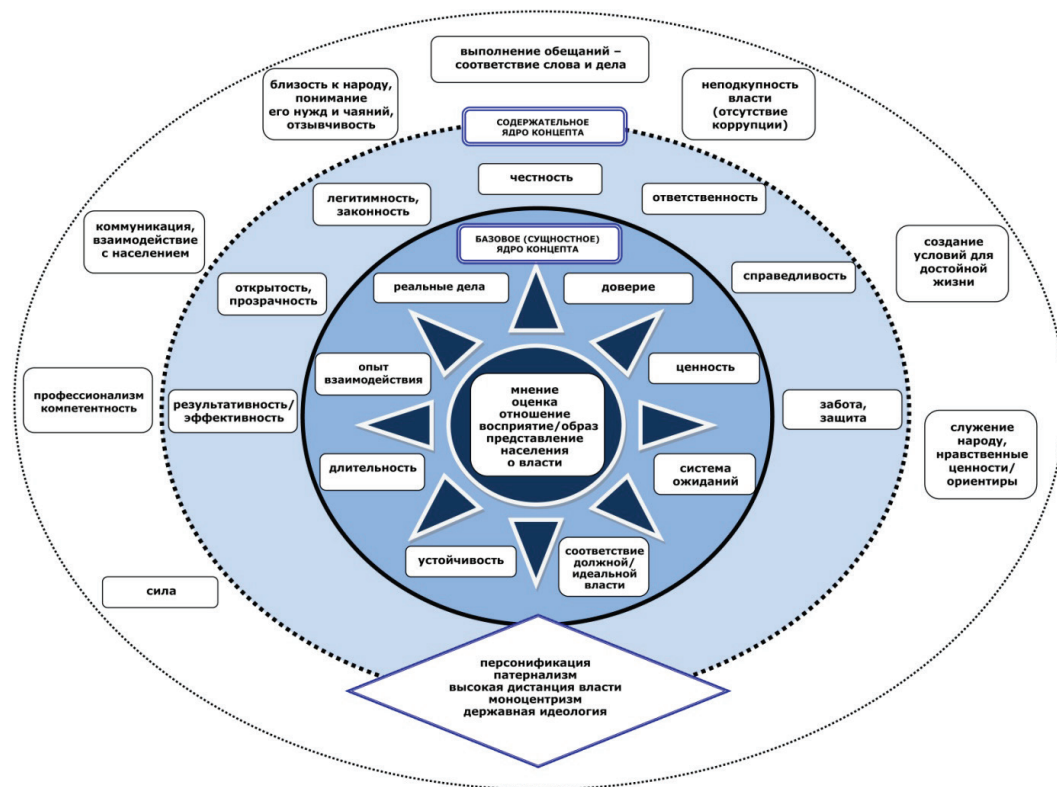


Рис. 2. Содержание информационного поля концепта «репутация российской власти»

Таким образом, репутация российской власти — сложный национальный феномен исторически обусловленной общественно-политической действительности, представляющий собой ценностное восприятие и устойчивое мнение граждан о власти, которые основаны на определенном опыте общения и оценке ее реальных действий, вызывающих чувство доверия и воплощающих предназначение власти — служение народу — в эффективной деятельности; отражающий систему ожиданий и представлений граждан о должной власти (честной, ответственной, справедливой, заботливой и обеспечивающей защиту) (3). В ходе исследования была подтверждена гипотеза о наличии в содержании концепта «репутация российской власти» двух принципиальных блоков: институциональные характеристики аккумулированы в интегри-

рующем «служении народу», деятельностные — в результативности/эффективности власти. Преобладание характеристик институционального блока (особенно в общественном мнении) свидетельствует о приоритете ценностного содержания репутации над прагматическим. Гипотеза о зависимости содержания концепта «репутация российской власти» от уровня развития региона (на примере двух групп регионов ЦФО), подтверждена не была, но была выявлена разница в степени значимости тех или иных характеристик репутации власти в разных регионах, свидетельствующая об их динамичности.

Информация о финансировании

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ и АНО ЭИСИ. Проект № 21-011-31720 опн «Концепт “репутация власти”: сущность, содержание, закономерности функционирования в репутационном пространстве».

Примечания

- (1) В определенной степени (исходя из методологических положений когнитивной лингвистики) характеристики содержательного ядра можно отнести и к интерпретационному полю концепта, в то же время специалисты в данной области указывают на отсутствие четкой грани между информационным и интерпретационным содержанием концепта [13. 77–78].
- (2) В экспертном опросе выявлялись различия категорий «имидж власти» и «репутация власти». Однако результаты их сравнения, как и иных, имеющих сходство понятий (образ, авторитет, бренд и пр.), — самостоятельны предмет рассмотрения, в том числе в рамках изучения репутации как сложного междисциплинарного феномена (см., напр.: Розанова Н.Н. Имидж — репутация — бренд: стратегия формирования ценности власти // Вестник РУДН. Серия: Политология. 2017. Т. 19. № 4; Розанова Н.Н. К вопросу о сущности понятия «репутация власти» (по результатам социологических исследований) // Вестник РУДН. Серия: Социология. 2014. № 4).
- (3) Данное определение, являясь своего рода идеальным теоретическим конструктом, в своем практическом преломлении, в частности при оценке характеристик репутации российской власти, иллюстрирует картину, далекую от ожиданий населения. Так, приоритетные характеристики оцениваются населением Центральной России невысоко: честность — 2,66 балла; ответственность — 2,85; справедливость — 2,71; забота о народе, его защита — 2,79 (средний балл по шестибальной шкале).

Библиографический список

1. Абушенко В.Л., Кацук Н.Л. Концепт // Социология / Сост. А.А. Грицанов и др. Мн., 2003.
2. Бюрократия и власть в новой России (руководитель проекта М.К. Горшков) // Политика. Анализ. Хроника. Прогноз. 2006. № 1.
3. Важенина И.С. Имидж, репутация и бренд территории. М., 2013.
4. Ваславский Я.И., Габуев С.В. Неинституциональный подход как методологическая основа исследования электронного правительства // Вестник МГИМО-Университета. 2016. № 6.
5. Дзялошинский И.М. Круглый стол: «Имидж. Репутация. Капитализация» // PR-Линия. 2008. № 2.
6. Ефремов В.А. Теория концепта и концептуальное пространство // Известия РГПУ им. А.И. Герцена. 2009. № 104.

7. *Калмыков Н.Н., Краснопольский И.А.* Реформирование системы государственной службы Российской Федерации // Вестник Московского университета. Серия 21: Управление (государство и общество). 2016. № 2.
8. *Каныгин Г.В., Габдуллин А.И.* Схема концептуализации социологического исследования // Теория и практика общественного развития. 2016. № 7.
9. *Кузнецов А.М.* «Новый институционализм»: взгляд через призму дискурсивного анализа // МЕТОД. 2014. № 4.
10. *Масленников Е.В.* Принципы формирования концептуальной модели предмета исследования в методологическом контексте социологического измерения // Вестник Московского университета. Серия 18: Социология и политология. 2011. № 3.
11. *Панов П.В.* Институционализм(ы): объяснительные модели и причинность // Политические исследования. 2015. № 3.
12. *Патрушев С.В., Айвазова С.Г., Кертман Г.Л., Кучинов А.М., Мирясова О.А., Недяк И.Л., Павлова Т.В., Панов Л.Г., Филиппова Л.Е.* Институциональный анализ политического пространства в России: предварительные результаты // Россия реформирующаяся: ежегодник: вып.17 / Отв. ред. М.К. Горшков. М., 2019.
13. *Попова З.Д., Стернин И.А.* Когнитивная лингвистика. М., 2007.
14. *Рудакова А.Э., Гришин О.Е.* Репутационный капитал государства. М., 2017.
15. *Сабадашова М.Г.* Подходы к определению концепта // Научные труды КубГТУ. 2016. № 1.
16. *Сморгунов Л.В.* Сравнительная политология. М., 2020.
17. *Степанов Ю.С.* Константы: словарь русской культуры. М., 2004.
18. *Тао Мэнтин, Быстрова Т.Ю.* Методологический потенциал изучения концептов в культурологии // Известия УрФУ. Серия 1: Проблемы образования, науки и культуры. 2020. Т. 26. № 2.
19. *Трубейской А.Ю.* Психологическая модель репутации в системе политических коммуникаций // Мир психологии. 2006. № 2.
20. *Тюленев И.С.* Основные подходы к теоретическому анализу репутации организации: возможности социально-философского осмысления // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. 2010. № 2.
21. *Устинова Н.В.* Политическая репутация: сущность, особенности, технологии формирования. Екатеринбург, 2005.
22. *Фокин В.В.* Психологическая сущность репутации // Современные гуманитарные исследования. 2009. № 3.
23. *Харламов И.Г.* Управление формированием репутационного капитала // Власть. 2008. № 11.
24. *Ehrenbrink P.* Expert survey — triggers for state reactance // The Role of Psychological Reactance in Human–Computer Interaction. Cham, 2020.
25. *Eisenegger M.* Trust and reputation in the age of globalization // J. Klewes, R. Wreschniok (Eds.). Reputation Capital. Building and Maintaining Trust in the 21st Century. Berlin–Heidelberg, 2009.
26. *Haveman H.A., Gualtieri G.* Institutional logics // Oxford Research Encyclopedia of Business and Management. R. Aldag (Ed.). Oxford University Press, 2016.
27. *March J.G., Olsen J.P.* The new institutionalism: Organizational factors in political life // American Political Science Review. 1984. Vol. 78.
28. *Schmidt V.* Comparative institutional analysis // Sage Handbook of Comparative Politics / Ed. by T. Landman, N. Robinson. L.–New Delhi–Singapore, 2009.
29. *Sztompka P.* Trust: A Sociological Theory. Cambridge University Press, 1999.
30. *Trotsuk I.* “To trust or not to trust” is not the question; “How to study trust” is much more challenging task // Russian Sociological Review. 2016. Vol. 15. No. 4.
31. *Trotsuk I.V., Ivlev E.A.* Few words on the high level of social distrust among the Russian youth: Civil servants’ social image // Вестник РУДН. Серия: Социология. 2016. № 2.

The information field of the concept ‘Russian power reputation’ in the expert and public opinion*

N.N. Rozanova

Smolensk State University
Przhevalsky St., 4, Smolensk, 214000, Russia
(e-mail: rozznina@yandex.ru)

Abstract. The article presents the results of the research project on the reputation of the Russian power, which aimed at identifying and explaining the content of the concepts ‘Russian power reputation’ (state and municipal power) and ‘reputation of the levels and branches of the Russian power’ (on the example of the regional executive power), and at assessing their closeness in the conceptual field. The author developed and empirically tested (expert and public opinion polls were conducted in the regions of Central Russia in August — November 2021) a theoretical model of the ‘Russian power reputation’, which has not been independently studied before. The article presents the structure and content of the information field of this concept, which (with a certain degree of convention) is defined as two-cored. The basic core is a semantic field of the category ‘reputation’, the substantive core includes characteristics of the concept ‘Russian power reputation’. The author identifies key characteristics constituting the basis of the substantive core or the near periphery of the basic core, and characteristics of the far and extremely far periphery. The content of the concept ‘Russian power reputation’ consists of two main blocks — institutional and activity — in their integrating characteristics (service to the people and effectiveness/efficiency of power). The institutional block characteristics prevail (especially in public opinion), which indicates the priority of the value content of reputation over the pragmatic one. Thus, a new concept is introduced into the scientific discourse — ‘Russian power reputation’, which means a complex national phenomenon of the historically determined social and political reality — it represents a value perception and relatively stable opinion of citizens about the authorities as based on certain experience of communication and estimates of their real actions which determine a sense of trust and embody the purpose of government — to serve the people — in a productive, effective way; and it reflects the system of citizens’ expectations and perceptions of a proper power (honest, responsible, fair, caring and protective).

Key words: Russian power reputation; concept; conceptual field; information field; content characteristics of the Russian power reputation; value attitude to the power; expert opinion; public opinion

Funding

The study was supported by the RFBR and EISR. Project No. 21-011-31720 opn “The concept ‘reputation of power’: Essence, content, patterns of functioning in the reputational space”

References

1. Abushenko V.L., Katsuk N.L. Kontsept. *Sociologiya: Entsiklopediya* [Sociology: Encyclopedia]. Sost. A.A. Gritsanov i dr. Minsk; 2003. (In Russ.).
2. Byurokratiya i vlast v novoj Rossii (rukovoditel proekta M.K. Gorshkov) [Bureaucracy and power in the new Russia (project leader — M.K. Gorshkov)]. *Politiya. Analiz. Hronika. Prognoz.* 2006; 1. (In Russ.).

*© N.N. Rozanova, 2022

The article was submitted on 16.01.2022. The article was accepted on 07.04.2022.

3. Vazhenina I.S. *Imidzh, reputatsiya i brend territorii* [Image, Reputation and Brand of the Territory]. Ekaterinburg; 2013. (In Russ.).
4. Vaslavsky Ya.I., Gabuev S.V. Neoinstitutsionalny podhod kak metodologicheskaya osnova issledovaniya elektronnoho pravitelstva [Neo-institutional approach to the study of the electronic government]. *Vestnik MGIMO-Universiteta*. 2016; 6. (In Russ.).
5. Dzyaloshinsky I.M. Krugly stol: “Imidzh. Reputatsiya. Kapitalizatsiya” [Roundtable “Image. Reputation. Capitalization”]. *PR-Liniya*. 2008; 2. (In Russ.).
6. Efremov V.A. Teoriya kontsepta i kontseptualnoe prostranstvo [Concept theory and conceptual space]. *Izvestiya RGPU im. A.I. Gercena*. 2009; 104. (In Russ.).
7. Kalmykov N.N., Krasnopolsky I.A. Reformirovanie sistemy gosudarstvennoj sluzhby Rossijskoj Federatsii [Reforming the civil service system of the Russian Federation]. *Vestnik Moskovskogo Universiteta. Seriya 21: Upravlenie (gosudarstvo i obshchestvo)*. 2016; 2. (In Russ.).
8. Kanygin G.V., Gabdullin A.I. Skhema kontseptualizatsii sotsiologicheskogo issledovaniya [Conceptualization in the sociological research]. *Teoriya i Praktika Obshchestvennogo Razvitiya*. 2016; 7. (In Russ.).
9. Kuznetsov A.M. “Novy institutsionalizm”: vzglyad cherez prizmu diskursivnogo analiza [“The new institutionalism”: A discursive-analysis perspective]. *METOD*. 2014; 4. (In Russ.).
10. Maslennikov E.V. Printsipy formirovaniya kontseptualnoj modeli predmeta issledovaniya v metodologicheskom kontekste sociologicheskogo izmereniya [Principles of the conceptual model of the research object in the methodological context of the sociological dimension]. *Vestnik Moskovskogo Universiteta. Seriya 18: Sociologiya i Politologiya*. 2011; 3. (In Russ.).
11. Panov P.V. Institutsionalizm(y): ob`yasnitelnye modeli i prichinnost [Institutionalism: explanatory models and causality]. *Political Studies*. 2015; 3. (In Russ.).
12. Patrushev S.V., Ajvazova S.G., Kertman G.L., Kuchinov A.M., Miryasova O.A., Nedyak I.L., Pavlova T.V., Panov L.G., Filippova L.E. Institutsionalny analiz politicheskogo prostranstva v Rossii: predvaritelnye rezultaty [Institutional analysis of the Russian political space: Preliminary results]. *Rossiya reformiruyushchayasya: ezhegodnik*. Otv. red. M.K. Gorshkov. Moscow, 2019; 17. (In Russ.).
13. Popova Z.D., Sternin I.A. *Kognitivnaya lingvistika* [Cognitive Linguistics]. Moscow, 2007. (In Russ.).
14. Rudakova A.E., Grishin O.E. *Reputatsionny kapital gosudarstva* [State Reputational Capital]. Moscow, 2017. (In Russ.).
15. Sabadashova M.G. *Podhody k opredeleniyu kontsepta* [Approaches to the definition of the concept]. *Nauchnye Trudy KubGTU*. 2016; 1. (In Russ.).
16. Smorgunov L.V. *Sravnitel'naya politologiya* [Comparative Political Studies]. Moscow; 2020. (In Russ.).
17. Stepanov Yu.S. *Konstanty: slovar russkoj kultury* [Constants: Dictionary of Russian Culture]. Moscow; 2004. (In Russ.).
18. Tao Mentin, Bystrova T.Yu. Metodologichesky potentsial izucheniya kontseptov v kulturologii [Methodological potential of concepts in cultural studies]. *Izvestiya UrFU. Seriya 1: Problemy Obrazovaniya, Nauki i Kultury*. 2020; 26 (2). (In Russ.).
19. Trubetskoj A.Yu. Psihologicheskaya model reputatsii v sisteme politicheskikh kommunikacij [Psychological model of reputation in political communication]. *Mir Psihologii*. 2006; 2. (In Russ.).
20. Tyulenev I.S. Osnovnye podhody k teoreticheskomu analizu reputatsii organizatsii: vozmozhnosti sotsialno-filosofskogo osmysleniya [Main approaches to the theoretical analysis of organizational reputation: Possibilities for the social-philosophical reflection]. *Vestnik Nizhegorodskogo Universiteta im. N.I. Lobachevskogo. Seriya: Sotsialnye Nauki*. 2010; 2. (In Russ.).
21. Ustinova N.V. *Politicheskaya reputatsiya: sushchnost, osobennosti, tekhnologii formirovaniya* [Political Reputation: Essence, Features, Technologies of Formation]. Ekaterinburg, 2005. (In Russ.).

22. Fokin V.V. Psihologicheskaya sushchnost reputatsii [Psychological nature of reputation]. *Sovremennye Gumanitarnye Issledovaniya*. 2009; 3. (In Russ.).
23. Kharlamov I.G. Upravlenie formirovaniem reputatsionnogo kapitala [Managing reputational capital formation]. *Vlast*. 2008; 11. (In Russ.).
24. Ehrenbrink P. Expert survey — triggers for state reactance. *The Role of Psychological Reactance in Human–Computer Interaction*. Cham; 2020.
25. Eisenegger M. Trust and reputation in the age of globalization. J. Klewes, R. Wreschniok (Eds.). *Reputation Capital. Building and Maintaining Trust in the 21st Century*. Berlin–Heidelberg; 2009.
26. Haveman H.A., Gualtieri G. Institutional logics. *Oxford Research Encyclopedia of Business and Management*. R. Aldag (Ed.). Oxford University Press; 2016.
27. March J.G., Olsen J.P. The new institutionalism: Organizational factors in political life. *American Political Science Review*. 1984; 78.
28. Schmidt V. Comparative institutional analysis. *Sage Handbook of Comparative Politics*. Ed. by T. Landman, N. Robinson. L.–New Delhi–Singapore; 2009.
29. Sztompka P. *Trust: A Sociological Theory*. Cambridge University Press; 1999.
30. Trotsuk I. “To trust or not to trust” is not the question; “How to study trust” is much more challenging task. *Russian Sociological Review*. 2016; 15 (4).
31. Trotsuk I.V., Ivlev E.A. Few words on the high level of social distrust among the Russian youth: Civil servants’ social image. *RUDN Journal of Sociology*. 2016; 2.