

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г.
ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

На правах рукописи

Кафедра политических наук

**Особенности формирования и восприятия имиджа Саратовской
Областной Думы VI созыва**

АВТОРЕФЕРАТ

бакалаврской работы

студента 4 курса 421 группы

Направление подготовки 41.03.04 «Политология»

юридического факультета

Жирнов Никита Сергеевич

Научный руководитель

к.п.н., доцент

должность, уч. степень, уч. звание

« ____ » _____ 20__ г.

_____ / В.Г. Семёнова
(подпись) (инициалы, фамилия)

Заведующий кафедрой

д.п.н., профессор

должность, уч. степень, уч. звание

« ____ » _____ 20__ г.

_____ / А.А. Вилков
(подпись) (инициалы, фамилия)

Саратов 2020

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования.

Актуальность данной темы связана с усилением внимания к современному состоянию региональной власти в силу ряда проблем её функционирования. В декабре 2013 года В.В. Путин во время послания Федеральному Собранию отметил необходимость модернизации местной власти. С того момента последовательно изменяется не только система государственных органов, последовательно трансформируется и политическая система страны: изменяются политические партии; общественные движения и объединения граждан; трансформируются формы участия граждан в политике. Главной целью преобразований являлось сближение власти с народом. Ведь действительно, одним из деструктивных воздействий на местное самоуправление оказывает разобщённость населения и региональных и муниципальных структур. Деятельность такого политического института как Областная Дума не может обойтись без применения различного рода инструментов формирования и поддержания собственного имиджа.

Политические партии, активно действующие в публичной политике, стремятся к представлению своего имиджа в наилучшем виде. Важной частью имиджа политических партий в региональном измерении является их статусность по отношению к региональной системе управления. Реализуя свою программу в рамках работы законодательного органа, политические партии получают не только возможность представлять своих избирателей, но и собирать вокруг себя новых сторонников. Имидж регионального законодательного органа в данном случае становится не только имиджем одного из ключевых политических органов региона, но и имиджем региональной политической элиты, партийной элиты.

Таким образом, можно говорить, что имидж регионального законодательного органа является важным объектом изучения с

практических позиций, учитывая значимость данного органа как для системы государственного регулирования, так и для публичной политики и политической культуры региона. С другой стороны, теоретические представления о политическом имидже региональных органов и политиков регионов сегодня остаются в той же степени неизученными, в которой достаточно широко изучены теоретические представления о политическом имидже. Вне внимания исследователей теоретической сферы формирования и развития имиджа находится целый пласт вопросов, достаточно актуальных для практики и расширения методологической базы политической имиджелогии.

Более того, качественные исследования политического имиджа, проводимые научными центрами в лице университетов и иных организаций, обычно остаются закрытой информацией. Даже в условиях выполнения научных грантов, изучение региональных особенностей политического имиджа не является достаточно распространенным объектом для исследований. Следовательно, существуют определенные пробелы в изучении политического имиджа региональных политических субъектов, политиков, и институтов.

Также актуальность данной темы обусловлена тем, что имидж является важнейшим элементом управления любой современной организацией, в том числе и государственной. Кроме того, имидж органа региональной власти имеет основополагающее значение в формировании и поддержании доверия населения к власти, развитию форм непосредственной, эффективной и всесторонней коммуникации.

Актуальность данной проблематики заключается в том, что информация о политической деятельности в области, представляемая региональными средствами массовой информации и коммуникации, формирует общий облик всей Саратовской области.

Степень научной разработанности темы.

Одними из первых тему политического имиджа в научной среде подняли американские и европейские исследователи Л. Браун, Д. Доти, Дж. Джеймс, Дж. Фоли в контексте политической психологии и менеджмента.

Классики политологии Г. Алмонд, С. Верба и Д. Истон вывели изучение политического имиджа на новый уровень, рассматривая имидж как составную часть политической культуры.

Роль СМИ как регулятора общественного мнения и средства формирования имиджа рассматривается в работах А.А. Вилкова и А.А. Казакова. Исторические особенности развития парламентаризма в Саратовской области удалось раскрыть благодаря работам таких авторов как О.С. Скороходовой, А. Кынева и С. Рыженкова.

Е.В. Григорьев также рассматривает СМИ как инструмент создания имиджа политического субъекта, однако внимание исследователя направлено на электронные СМИ. При этом акцент делается на анализе имиджа публичных политиков Саратовской области.

Целью проводимого исследования является выявление особенностей имиджа Саратовской Областной Думы.

Соответственно, можно выделить следующие **задачи**:

1. Изучить специфику формирования в Саратовской области законодательного собрания региона и охарактеризовать развитие партийных структур и их влияние на имидж регионального парламента;
2. Описать особенности выстраивания имиджа регионального законодательного органа в информационных источниках (ИА «Общественное мнение» и ИА «Саратовньюс»);
3. Выявить ключевые особенности восприятия населением региона имиджа Областной Думы.

В соответствии с этим перечнем исследовательских задач **объектом** бакалаврского исследования является политический имидж.

Предметом исследования является имидж Саратовской Областной Думы.

Методологическая база исследования. В основу данного исследования положены различные по своей природы методы. Ключевое значение в определении сущности политических концепций и идей, описанных в рамках данной работы, составили ключевые философские идеи о специфике развития социума. Важную часть методологического конструкта составили: системный анализ, позволивший изучить имидж политического института как целостное явление; структурно-функциональный анализ, позволивший представить некоторые элементы политического имиджа как обособленные части, формирующиеся вне зависимости от тенденций генеральной совокупности; контекстный и ряд иных методов и типов анализа требуемых для реализации поставленной задачи.

Социологический метод исследования является основным методом, применяемым нами в рамках данной работы. Путем анкетирования различных групп населения, нами были собраны данные по ключевым вопросам этого исследования. На основе анализа полученных результатов, мы смогли изучить мнение населения и представителей отдельных целевых групп, относительно состава, структуры и результатов деятельности Саратовской Областной Думы. Соответственно, было сформировано представление граждан об имидже регионального законодателя.

Также нами был использован метод контент-анализа для определения охвата коммуникационных каналов в деятельности Саратовской Областной Думы, а также для рассмотрения смыслового содержания публикуемых материалов. Данный метод исследования является одним из ключевых в представленной работе. В представленном исследовании также применяется сравнительный подход, с помощью которого мы смогли сопоставить отличительные особенности выстраивания имиджа различными информационными агентствами, а также ряд применяемых ими методов и технологий для реализации поставленной задачи.

Источниковая база исследования. Источниковую базу данного исследования составили материалы двух средств массовой информации –

сайты ИА «Саратовньюс» и ИА «Общественное мнение». Важной частью данного исследования стали данные социологических исследований и аналитических оценок. Весомое значение сыграли и работы, посвященные анализу нормативных правовых актов и ряда иных документов и научных публикаций. Источниками для проведенного исследования были использованы нормативно-правовые акты, определяющие принципы функционирования политической власти в регионах, а именно Конституция Российской Федерации, федеральные законы, указы Президента РФ, а также законодательные акты региона (в том числе и Устав Саратовской области).

Структура работы. Работа состоит из введения, трех глав, заключения и списка использованных источников и литературы.

СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **введении** обосновывается актуальность темы исследования, освещается степень ее научной разработанности, определяются объект, предмет, цели и основные задачи исследования, излагается методологическая основа, источниковая база. Формулируются положения, выносимые на защиту.

В первой главе **«Формирование имиджа Саратовской Областной Думы»** рассмотрены проблемы политической активности региона с позиции уже имеющихся исследований и точек зрения представленных авторов.

Во второй главе **«Имидж Саратовской Областной Думы VI созыва в публикациях информационных агентств «Общественное Мнение» и «Саратовньюс»»** были проанализированы основные информационно-новостные материалы, относящиеся к основным темам, рассматриваемым в данном исследовании.

В третьей главе **«Особенности восприятия населением имиджа Саратовской Областной Думы»** подводятся обоснованные итоги и результаты проведенного социологического исследования, в рамках представленной работы.

В **заключении** подчёркивается, что формирование имиджа Саратовской областной Думы, показанное в рамках данного исследования, позволяет нам сделать вывод, что в основе ключевых характеристик имиджа законодательного органа лежит его крайне низкий уровень активности, высокий уровень агрессивности в поведении политиков, идеологической окрашенности новостного фона связанного с презентацией законодательного органа и высоким уровнем взаимосвязи законодательного органа с исполнительной ветвью власти.

Правовые особенности построения имиджа законодательного органа упираются в специфику построения системы организации разделения властей. Так, согласно нашему мнению законодательный орган находится в положение, когда законодатель не только не обеспечен равенством в триаде разделения властей, но и находится в положение некоторой подчиненности исполнительной ветви власти. Данное обстоятельство усугубляется на фоне сращивания партии власти, безоговорочно доминирующей в законодательном органе, и административных структур.

Восприятие законодательного органа двумя изданиями, как показало исследование, строится на основании нескольких ключевых характеристик. Во-первых, противостояния партийных организаций внутри законодательного органа; во-вторых, на линии критики работы исполнительной ветви власти, особенно заметной на примере КПРФ, в-третьих, в ряде частных аспектов. Хотя, следует подчеркнуть, что на наш взгляд работа законодательного органа освещается обоими изданиями недостаточно.

Восприятие органа гражданами находится скорее в русле позиционирования имиджа изданием «Общественное мнение». Преимущественно негативный тренд в имидже последнего собрания регионального законодательного органа обусловлен целым рядом факторов внешней политической среды (недостаток финансирования региона из центра, повышением пенсионного возраста и экономические проблемы

страны в целом) в совокупности с региональными факторами (проблемами ущемления оппозиции на региональном уровне, строительства опасных производств в регионе и активной криминализацией политических кругов) создает негативный имидж парламента.

Основной проблемой в формировании имиджа граждане и издание «ОМ» видят очевидный факт доминирования партии власти, не обладающей положительным политическим капиталом. В целом, ряд членов партии власти, как показали результаты исследования, обладают политическим весом и положительно воспринимаются жителями региона, что также подтверждается качественным анализом контента материалов ИА. Однако, в целом, негативные тенденции в восприятии парламента связаны с негативным имиджем большинства парламентариев, представляющих Единую Россию, в свою очередь являющейся самой крупной политической силы в парламенте.

Положительное восприятие оппозиции в регионе хоть и несколько устойчивее показателей положительного восприятия представителей партии власти, однако, относительная слабость оппозиционных структур не дает возможности развивать политический капитал партий в регионе. Однако, наличие оппозиции в парламенте положительно влияет на формирование положительного образа парламента.

Учитывая описанные в рамках данной работы негативные тенденции в имидже законодательного собрания региона, следует указать, что среди первоочередных задач специализированным службам формирования имиджа в законодательном собрании требуется решить следующие задачи:

- 1) Формулировка конкретной цели в построении имиджа, а именно создание позитивного впечатления о работе Саратовской областной Думе, касаясь её инициатив и принимаемых решений;
- 2) Улучшение параметра соответствия социальным ожиданиям населения, в соответствии с существующей социально-экономической ситуацией в регионе;

3) Внедрение процедур мониторинга социально-психологических настроений населения области на постоянной основе для выявления негативных тенденций в формировании имиджа парламента, и всей Саратовской области.