

## Лидеры мнений как средство репрезентации образа Республики Мордовия (2012–2019 гг.)

**Введение.** Функция лидера общественного мнения состоит в привлечении внимания общественности к самым значимым вопросам общественной жизни, участии в публичных дискуссиях, разъяснении и воздействии на мнение общества. Политическая коммуникация реализуется в двух измерениях – прагматическом и символическом, которые имеют очень тесные взаимосвязи. Символическое измерение разрабатывает и продвигает те представления об обществе, которые создают, поддерживают или разрушают политическую идентичность. Для внешних целевых групп имиджмейкинга (политические и бизнес-элиты, лица, принимающие управленческие решения на федеральном уровне, инвесторы, высококвалифицированные мигранты, частично жители других регионов) значимыми ретрансляторами информации о регионе являются представители органов государственной власти и управления, лидеры политических партий и общественно-политических движений, яркие репрезентанты политической оппозиции и т. п. **Материалы и методы.** Прикладная исследовательская методология основывается на методе когнитивного картирования, который позволил проанализировать и визуализировать сведения, транслируемые лидерами мнений о региональном пространстве, определить специфику восприятия республики во внешней властной среде и историко-эволюционном подходе, который дал возможность проследить эволюцию содержательного контента. Временные рамки исследования: апрель 2012 – август 2019 г. В рамках исследования отслеживались серии суждений, устойчивых выражений, которыми оперируют политические и общественные деятели о Мордовии, ее потенциале, перспективах развития, политическом руководстве. **Результаты исследования.** Лидеры общественного мнения (политическая и бизнес-элита, партийные деятели, оппозиция и др.) являются значимыми ретрансляторами информации о регионе. Политическая коммуникация реализуется в двух основных измерениях – прагматическом и символическом, где последнее предполагает не рациональное осмысление, а внушение устойчивых смыслов. Символическая политика всегда, а особенно в период кризиса, использовалась властью, поэтому мнения, транслируемые персоно-образами, становятся основой символического капитала, продвигающего представления об обществе (территории), создающего, поддерживающего или разрушающего политическую идентичность. Внешний образ Республики Мордовия, формирующийся на основе транслируемых мнений, противоречив. За исследуемый период можно отметить некоторую эволюцию образа республики, транслируемую лидерами общественного мнения. Внимание к региону возрастает в связи со значимыми событиями различного масштаба. Высокий авторитет прежнего руководства региона и поддержка федерального центра на выборах способствовали созданию и трансляции положительного образа со стороны федеральной власти, одновременно являясь поводом для критики со стороны оппозиционных лидеров. Празднование Тысячелетия единения мордовского народа с народами российского государства в 2012 г. воспринималось положительно большинством лидеров общественного мнения и активно транслировалось в СМИ. Включение Саранска в число городов – организаторов мирового первенства по футболу

было воспринято неоднозначно: от положительной оценки до скептического сомнения в правильности такого выбора. Наследием чемпионата стала не только модернизированная инфраструктура, но и обострившиеся социально-экономические проблемы региона, что не могло не отразиться на его внешнем имидже. **Обсуждение и заключение.** Таким образом, положительный образ «территории инноваций», «динамично развивающегося региона с качественной сельхозхозяйственной продукцией» и «региона духовного возрождения» существует с образом территории «тотальной фальсификации». Характер транслируемых мнений тесно связан с особенностями политической ситуации и официальности/оппозиционности позиции лидера общественного мнения в дискурсивном пространстве.

**Ключевые слова:** регион, имидж территории, символическая коммуникация, персоно-образ, лидеры общественного мнения, политическая элита, оппозиция, Республика Мордовия.

**Благодарность:** Исследование выполнено при поддержке РФФИ и Правительства РМ, проект «Современный регион в фокусе политической имиджологии (на примере Республики Мордовия)» (№ 18-411-130012 p\_a).

**Для цитирования:** *Зайцева Л. А.* Лидеры мнений как средство репрезентации образа Республики Мордовия (2012–2019 гг.) // Гуманитарий : актуальные проблемы гуманитарной науки и образования. – 2020. – Т. 20. – № 4. – С. 402–414. DOI: 10.15507/2078-9823.52.020.202004.402-414.

*Larisa A. Zaytseva*

*Ogarev Mordovia State University (Saransk, Russia), e-mail: sama\_la@mail.ru*

## Public Opinion Leaders as a Means Of Representing the Image of the Republic of Mordovia

**Introduction.** The social function of a public opinion leader is to draw public attention to the most important issues of public life, participate in public discussions, explain and influence public opinion. Political communication is implemented in two dimensions – pragmatic and symbolic, which have very close relationships. The symbolic dimension develops and promotes ideas about society that create, maintain, or destroy political identity. For external target groups of image-making (political and business elites, decision-makers at the federal level, investors, highly qualified migrants, partially residents of other regions), significant repeaters of information about the region are representatives of state authorities and management, leaders of political parties and socio-political movements, bright representatives of the political opposition, etc. **Materials and Methods.** The research methodology was based on the method of cognitive mapping, which allowed analyzing and visualizing information transmitted by public opinion leaders about the regional space, determining the specifics of the perception of the Republic in the external power environment, and a historical and evolutionary approach that made it possible to trace the evolution of content. Time period of the study: 2012–2019. The study traced a series of judgments, stable expressions used by political and public figures about Mordovia, its potential, development prospects, and its leadership. **Results and Discussion.** Public opinion leaders (political and business elite, party figures, opposition, etc.) are significant repeaters of information about the region. Political communication is implemented in two main dimensions – pragmatic and symbolic, where the latter involves not rational understanding, but the suggestion of stable meanings. Symbolic politics has always been used by the authorities, especially in times of crisis, so the opinions conveyed by person-images become the basis of symbolic capital that promotes ideas about society (territory), creates, supports or destroys political identity. The external image of the Republic of Mordovia, which is formed on the basis of broadcast opinions, is contradictory. During the study period, we can note some evolution of the image of the Republic, broadcast by the leaders of public opinion. Attention to the region is noticeably increasing due to significant events of various scales. The high authority of the former leadership and loyal “electoral behavior” of the

region contributed to the creation and broadcast of a positive image from the federal government and was a reason for criticism from opposition leaders. The celebration of the Millennium of unity of the Mordovian people with the peoples of the Russian state in 2012 was perceived positively by the majority of public opinion leaders and was actively broadcast in the media. The inclusion of Saransk among the host cities of the world football championship was received ambiguously: from a positive assessment to skeptical doubts about the correctness of such a choice. The legacy of the championship was not only the modernized infrastructure, but also the aggravated socio-economic problems of the region, which could not but affect its external image. **Discussion and Conclusions.** Thus, the positive image of the “territory of innovation”, “dynamically developing region with high-quality agricultural products” and “region of spiritual revival” coexists with the image of the territory of “total falsification”. The nature of the broadcast opinions is closely related to the peculiarities of the political situation and the official/oppositional position of the leader of public opinion in the discourse space.

**Keywords:** Republic of Mordovia, region, territory image, symbolic communication, person-image, public opinion leaders, political elite, opposition.

**Acknowledgements:** The research is executed with assistance of the Russian Federal Property Fund and the Government of Republic of Mordovia, the project “Modern Region in Focus of the political imagology (on the example of the Republic of Mordovia)”, project No. 18-411-130012 r\_a.

**For citation:** Zaytseva L. A. Public opinion leaders as a means of representing the image of the Republic of Mordovia. *Gumanitarian : aktual'nye problemy gumanitarnoi nauki i obrazovaniia* = Russian Journal of the Humanities. 2020; 20(4): 402-414 (In Russ.). DOI: 10.15507/2078-9823.052.020.202004.402-414.

### Введение

Современное информационное пространство не только способствует удовлетворению социальных, культурных и духовных потребностей человека, он активно вовлекается в процессы потребления конкретных товаров, благ и услуг. Поэтому технологии маркетинга сейчас представляют собой не только сугубо экономический инструментарий, но и социально-философскую концепцию, в основе которой лежит представление о социальной действительности как системе, в которой действуют обменные процессы по типу рыночных отношений. Это не всегда предполагает наличие реальных продавцов, покупателей, товара, цены и других элементов практического маркетинга.

Среди разнообразных концепций маркетинга особое место занимает маркетинг взаимодействия. В рамках данной концепции взаимодействие воспринимается как условие другого, нетрадиционного блага, которым является влияние. Под влиянием в данном контексте понимается результат су-

блимации энергии правильно организованных информационных взаимодействий [4, с. 13]. При этом целенаправленное применение влияния способно коренным образом изменить социальную реальность. Маркетинг влияния («инфлюенсер-маркетинг») направлен на усиление взаимодействия, что способствует дальнейшему наращиванию капитала влияния. Взаимодействие представляет собой процесс, в рамках которого происходят формирование долгосрочных отношений, обмен ресурсов и информацией. К тому же клиповое мышление, сопровождающееся неконтролируемым информационным потоком, способствует возникновению острой необходимости в интерпретации и оценивании фактической информации. Особую роль в этом процессе играют лидеры общественного мнения: члены профессиональных сообществ, адепты и адвокаты бренда, лидеры неформальных сообществ, государственные деятели, СМИ, влиятельные лица, оппозиция.

Социально-психологический феномен лидера общественного мнения в теории

общественной коммуникации означает посредника между средствами коммуникации и собственной группой, осуществляющего выбор и интерпретацию информации. Основные его функции – привлечение внимания общественности к самым значимым вопросам общественной жизни, участие в публичных дискуссиях, разъяснение и воздействие на мнение общества. На региональном уровне главными политическими лидерами, а, следовательно, и лидерами общественного мнения являются губернаторы. Первое лицо региона формирует имидж территории и транслирует его во внешнюю среду. Политическая коммуникация реализуется в двух измерениях – прагматическом и символическом, которые имеют очень тесные взаимосвязи. Символическое измерение разрабатывает и продвигает те представления об обществе, которые создают, поддерживают или разрушают политическую идентичность [6, с. 62].

Для внешних целевых групп имиджмейкинга (политические и бизнес-элиты, лица, принимающие управленческие решения на федеральном уровне, инвесторы, высококвалифицированные мигранты, частично жители других регионов) значимыми ретрансляторами информации о регионе являются представители органов государственной власти и управления, лидеры политических партий и общественно-политических движений, яркие репрезентанты политической оппозиции и т. д. При этом важно доверие к источнику информации, которое возникает за счет рефлексивных механизмов восприятия. В политике доверие имеет психологическую специфику – активно отражая психологические установки и социальные стереотипы.

С другой стороны, лидеры мнений становятся инструментом формирования общественного взгляда на образ региона, который фиксируется в общественном сознании.

Цель данной публикации – рассмотреть специфику внешнего образа Республики Мордовия, сформированного на основе транслируемых мнений персон-престижа, принимающих решения, оценивающих развитие республики, ее перспективы, вызывающих ту или иную степень доверия у населения.

### Обзор литературы

Исследовательская проблематика включает несколько тематических направлений. Теоретические основы феномена лидера общественного мнения сформулировал П. Ф. Лазарфельд в теории двухступенчатого потока информации. Согласно этой концепции, сначала лидеры общественного мнения получают информацию из СМИ, а впоследствии транслируют ее аудитории [12]. Следует отметить также работы Р. Мертона, К. Левина, Э. Нозль-Нойман, И. К. Михайловского, Д. В. Ольшанского.

Особенности массового сознания и его значение в коммуникативном процессе анализируют Г. Г. Почепцов, Т. В. Науменко. Так, Г. Г. Почепцов, исследуя специфику информационного пространства и особенности технологий управления общественным сознанием, отмечает, что усиление роли информационного пространства ведет к еще более изолированным техникам воздействия в других сферах человеческой деятельности – социальной, политической и др. [7].

Доверие как психологический феномен актуализировали Е. П. Ильин, А. Селигмен, Т. П. Скрипкина и др., рассмотрев его как конструкт, дающий возможность объяснить взаимосвязи и взаимовлияние субъективного и объективного в социально-политической сфере общества.

Исследователи медиaprостранства М. МакКомбс и Д. Шоу, оценивая когнитивные эффекты воздействия прессы, пришли к выводу, что лидеры мнений способствуют реализации главной функции массмедиа –

построения повестки дня, акцентируя внимание общества на определенных событиях и проблемах, которые целевая аудитория начинает воспринимать как наиболее важные [14].

Французские исследователи П. Нора и М. Винок выделяют модели лидеров мнений, которых они определяют как разновидности современных интеллектуалов («медиатический интеллектуал», «интеллектуал-интервенционалист», «интеллектуал-специалист»), влияющих на формирование информационной картины. Отдельные аспекты трансформации использования бренд-коммуникаций в современном информационном пространстве, в том числе использование лидеров общественного мнения, экспертное позиционирование бренда анализируют E. Jade, B. Jeff, E. Heather, M. Scott [9–11; 13].

Роль лидеров мнений в формировании политической повестки дня и видеоблогсферы как механизма социальной мобилизации исследуют Д. И. Гигаури, В. А. Гуторов, А. А. Ширинянц, отмечая, что традиционные способы консолидации общества претерпевают изменения, причем существует противоречие между социальными ценностями, декларируемыми в официальном дискурсе, и реальными потребностями общества [1].

В современном дискурсе исследуются и другие аспекты этого явления: имидж политиков разного уровня как лидеров общественного мнения (А. С. Ваторопин, М. С. Семина, И. Г. Напалкова, М. Н. Казакова). Так, А. С. Ваторопин отмечает преимущества, которые дает губернатору имидж лидера общественного мнения: возможность самостоятельного управления общественным мнением в регионе, постоянство влияния при меньшем количестве затрачиваемых ресурсов [2]. Основные направления формирования образа Мордовии через призму имиджа Главы республики ис-

следовали И. Г. Напалкова и М. Н. Казакова, акцентируя внимание на противоречивости имиджеобразующих факторов [3].

Концептуальные основы нового метода продвижения – маркетинга влияния, который ориентируется на достижение взаимовыгодных целей участвующих в процессе обмена ценностями субъектов, анализируют Г. Л. Багиев, Е. В. Слепцова, А. А. Баранова, А. Г. Голова, К. А. Санникова, Е. А. Домарацкая. Эффективность использования инфлюенсер-маркетинга не только в сфере экономики определяется тем, что мнение лидера играет решающую роль как в принятии экономических решений, так и в формировании ценностных установок.

### Материалы и методы

В основу исследовательской методологии был взят метод когнитивного картирования, который позволил проанализировать и визуализировать сведения, транслируемые лидерами мнений о региональном пространстве, определить специфику восприятия республики во внешней властной среде и историко-эволюционный подход, который дал возможность проследить эволюцию содержательного контента. Временные рамки проведения исследования: 2012–2019 гг.

В рамках исследования отслеживались серии суждений, устойчивых выражений, которыми оперируют политические и общественные деятели: о Мордовии, ее потенциале, перспективах развития, ее руководстве.

В качестве персон престижа программой исследования были определены: Президент РФ В. В. Путин; Председатель Правительства РФ Д. А. Медведев; Председатель Совета Федерации Федерального Собрания РФ В. И. Матвиенко; Патриарх Московский и всея Руси Кирилл; руководитель фракции ЛДПР в Государственной Думе Федерального Собрания РФ В. В. Жириновский; председатель Совета Союза компартий – КПСС, председатель Центрального коми-

тета Коммунистической партии Российской Федерации, председатель Центрального исполнительного комитета КПРФ Г. А. Зюганов; руководитель фракции «Справедливая Россия» в Государственной Думе Федерального Собрания РФ С. М. Миронов; руководитель партии «Яблоко» кандидат на должность Президента РФ на выборах 2018 г. Г. А. Явлинский; политик, оппозиционер, предприниматель, глава Международного Совета «Фонда защиты прав человека» в Нью-Йорке Г. К. Каспаров.

Индикаторами выступили следующие категории:

А – сфера анализа (экономика, политика, культура и искусство, образование, ЖКХ, социальная сфера, сельское хозяйство, спорт).

Б – контекст высказывания (положительный; нейтральный; отрицательный).

#### **Результаты исследования и их обсуждение**

Анализ высказываний, определение существующих между ними причинно-следственных связей, оценка их значимости, устойчивости и «плотности» позволяют интерпретировать результаты и сделать ряд выводов.

В. В. Путин посещал Мордовию несколько раз, положительно оценивая позитивные перемены не только в социально-экономической жизни региона. Он неоднократно высоко оценивал гармонию выстроенных отношений между различными этносами и религиями, отмечая вклад многонациональной республики в формирование исторической памяти. Поздравляя с 1000-летием единения мордов-

ского народа с русским народом и другими народами России, Президент отметил, что мордовская земля всегда славилась талантами и представители мордовского народа внесли огромный вклад в общую копилку развития России, сохраняя национальную культуру, язык и традиции. Высокий уровень организации празднования Тысячелетия единения мордовского народа с народами Российского государства способствовал тому, что Саранск был включен в число городов, которые в 2018 г. принимали Чемпионат мира по футболу FIFA<sup>1</sup>.

Во время регулярных встреч с главой региона В. Д. Волковым Президент давал высокую оценку деятельности региональной власти, отмечая, что позитивный эффект для территории, где нет ни нефти, ни газа, ни других минеральных ресурсов, возможен исключительно благодаря хорошей организации и улучшению институтов руководства<sup>2</sup>. Подтверждением стало награждение Главы Мордовии орденом Александра Невского, который вручается за особые заслуги перед Отечеством в деле государственного строительства и высокие результаты, достигнутые при исполнении служебных обязанностей<sup>3</sup>.

В. В. Путин также регулярно оказывает поддержку, в том числе финансовую, в решении социально-экономических проблем территории. Президент объяснял положительное отношение к региону эффективностью расходующихся федеральных средств. Так, в 2017 г. из Резервного фонда были выделены финансовые средства, которые были направлены на ремонт объектов социальной инфраструктуры<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> Путин на мордовской земле [Электронный ресурс] // Известия Мордовии. – URL: <https://izvmor.ru/long/putin-na-mordovskoy-zemle>. – Загл. с экрана (Дата обращения: 21.04.2020).

<sup>2</sup> Там же.

<sup>3</sup> Путин наградил главу Мордовии орденом Александра Невского [Электронный ресурс] / ИА REGNUM. – URL: <https://regnum.ru/news/polit/2340522.html>. – Загл. с экрана (Дата обращения: 21.04.2020).

<sup>4</sup> Президент России Владимир Путин выделил Мордовии более 150 млн рублей [Электронный ресурс] // Финно-угорская газета – URL: <http://fugazeta.ru/prezident-rossii-vladimir-putin-vydelil-mordovii-bolee-150-mln-rublej>. – Загл. с экрана (Дата обращения: 21.04.2020).

Среди поддерживаемых отраслей народного хозяйства со стороны федеральной власти – сельское хозяйство, причем не только крупные производства, но и фермерские хозяйства, небольшие предприятия<sup>5</sup>. В рамках стратегии импортозамещения запущено производство кабелей, медицинских препаратов, новых источников света. Отмечая, что импортозамещение является стратегической задачей, Президент обещал поддержку производствам, ориентированным на экспорт<sup>6</sup>.

Однако Президент обращал внимание руководства республики на жалобы жителей, озвученные во время прямой линии: состояние сельских дорог, отсутствие социальной инфраструктуры в новостройках, проблемы с заработной платой<sup>7</sup>.

Д. А. Медведев, поздравляя республику с 20-летием образования Государственного Собрания, также положительно оценивал деятельность законодателей, направленную на долгосрочное развитие территории, модернизацию ее экономики, социальной сферы. В то же время глава Правительства, наряду с необходимостью повышения эффективности нормотворческой работы, отмечал важность контроля над исполнительной властью и обеспечения содержательного участия представителей общества в выдвигании и обсуждении законодательных инициатив, оперативно реагируя на запросы и проблемы избирателей.

Премьер-министр неоднократно высоко оценивал качество республиканской продукции, представляемой на всероссийских и международных выставках, отмечая успешность решения задач импортозамещения и эффективность развития агропромышленного комплекса<sup>8</sup>.

В соответствии с распоряжением Председателя Правительства за высокие показатели социально-экономического развития республике предоставлялась финансовая помощь из федерального центра. В 2016 г. кабинет министров распределил 20 млрд руб. для 40 лучших территорий страны. В рейтинге социально-экономического развития Мордовия заняла 24-е место, первые три позиции составили Якутия, Татарстан и Московская область. В сопроводительном документе говорилось, что размер трансферта зависит от численности населения и индекса бюджетных расходов. Кроме того, одним из параметров, на который обратило внимание правительство, стало достижение наивысших темпов роста налогового потенциала. Средства предоставлялись в рамках ФЦП «Устойчивое развитие сельских территорий на 2014–2017 годы и на период до 2020 года», которая входит в Государственную программу развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013–

<sup>5</sup> Президент России Владимир Путин: «У Мордовии очень хорошие показатели в сельском хозяйстве» [Электронный ресурс] / Офиц. сайт органов гос. власти РМ. – URL: <http://www.e-mordovia.ru/glava-rm/novosti/prezident-rossii-vladimir-putin-u-mordovii-ochen-khoroshie-p>. – Загл. с экрана (Дата обращения: 21.04.2020).

<sup>6</sup> Владимир Путин вновь поставил Мордовию в пример [Электронный ресурс] / Новости Мордовии и Саранска. – URL: <https://saransk13.ru/vladimir-putin-vnov-postavil-mordoviyu-v-primer>. – Загл. с экрана. (Дата обращения: 21.04.2020).

<sup>7</sup> Состояние дел в Мордовии обсудил Владимир Путин с временно исполняющим обязанности главы республики [Электронный ресурс] / 1 канал. – URL: <https://www.1tv.ru/news/2017-08-29/331644-sostoyanie-del-v-mordovii-obsudil-vladimir-putin-s-vremenno-ispolnyayuschim-obyazannosti-glavy-respubliki>. – Загл. с экрана (Дата обращения: 21.04.2020).

<sup>8</sup> Дмитрий Медведев поддержал целый ряд важных для Мордовии проектов [Электронный ресурс] / Офиц. сайт Единой России в РМ. – URL: <https://mordov.er.ru/news/2017/8/17/dmitrij-medvedev-podderzhal-celyj-tyad-vaznyh-dlya-mordovii-proektov>. – Загл. с экрана (Дата обращения: 21.04.2020).

2020 годы, а также в рамках госпрограммы «Обеспечение доступным и комфортным жильем и коммунальными услугами граждан Российской Федерации». Субсидии из федерального бюджета направлялись на строительство и реконструкцию автодорог к общественно значимым объектам сельских населенных пунктов, объектам производства и переработки сельхозпродукции, на развитие сельских территорий, предоставление социальных выплат молодым семьям на приобретение или строительство жилья, строительство учреждений здравоохранения.

Несколько лет подряд Саранск с населением 320 тыс. чел. становился призером Всероссийского конкурса на звание самого благоустроенного города страны. Д. А. Медведев по итогам очередного конкурса, который проводило Правительство России, объявил Саранск самым благоустроенным городом в России. Высоко оценил премьер-министр и созданную к Чемпионату мира по футболу 2018 г. инфраструктуру: новые дороги, гостиницы, жилые дома, набережные, реконструированный аэропортовый комплекс.

Глава Правительства отмечал значимость развития не только агропромышленного комплекса, но и промышленной продукции мирового уровня. Речь идет о кабельной и светотехнической продукции, а также медицинских препаратах, включая производство полностью отечественных антибиотиков последнего поколения, которое способствует решению ключевой задачи – обеспечения лекарственной безопасности. Для разработки новейших лекарственных препаратов в республике на базе завода «Биохимик» и лабораторий Мордовского университета создан научно-производственный и инжиниринговый

центр «Антибиотики». В современной сложной эпидемиологической ситуации ученые и специалисты саранского «Биохимика» разработали и воссоздали технологию производства препарата фавипиравир, который блокирует размножение вируса в клетке, тем самым препятствуя распространению инфекции в организме, что будет способствовать укреплению позиций отрасли не только в регионе.

Поддерживая важные для Мордовии проекты, Д. А. Медведев одобрил решение о присвоении Рузаевке статуса территории опережающего социально-экономического развития, что должно повысить инвестиционную привлекательность города<sup>9</sup>.

Премьер также утвердил распределение межбюджетных трансфертов на создание системы долговременного ухода за пожилыми людьми и инвалидами в рамках федерального проекта «Старшее поколение» национального проекта «Демография», в пилотном проекте которого приняла участие Мордовия.

Во время совещания в режиме видеоконференции на тему перехода регионов на новую систему обращения с мусором Глава Мордовии вышел с предложением дать возможность регионам применять дифференцированный подход в части определения размера платы для многоквартирных домов и индивидуального жилого сектора, а также рассмотреть целесообразность применения формулы определения платы за оказание услуги по обращению с твердыми коммунальными отходами с учетом постоянной и переменной составляющих, что более эффективно. Эта инициатива получила положительную оценку и была рекомендована к изучению другими регионами.

Одобрил Д. А. Медведев и социальный проект льготной ипотеки, реализуемый в

<sup>9</sup> Дмитрий Медведев узнал о Мордовии много нового [Электронный ресурс] / Официальный сайт Столица-С. – URL: <https://stolica-s.su/archives/93213>. – Загл. с экрана (Дата обращения: 21.04.2020).



регионе, благодаря которой выросли объемы жилищного строительства<sup>10</sup>.

Однако, оценивая развитие регионов в 2019 г., глава Правительства отметил республику среди территорий с наиболее сложной ситуацией, подчеркивая, что Правительству необходимо создать инструменты развития, которые позволят изменить сложившуюся ситуацию<sup>11</sup>.

Мнение спикера Совета Федерации В. И. Матвиенко о республике более контрастно: во время визита в Саранск она отметила «гигантоманию» прежнего руководства республики, обращая внимание на затратный проект строительства Универсального зала на площади Тысячелетия<sup>12</sup>. По ее мнению, в ходе подготовки к ЧМ-2018 город изменился до неузнаваемости: совершенно иной уровень развития и благоустройства – новые дороги, транспортные развязки, аэропортовый комплекс мирового уровня; однако после чемпионата необходимо сосредоточиться на не столь масштабных, хотя и не менее значимых проектах – формировании комфортной среды обитания.

В. И. Матвиенко высоко оценила качество сельскохозяйственной продукции и назвала интересным опыт Мордовии по применению передовых технологий в промышленности и агропромышленном ком-

плексе, отметила рост в традиционных для региона отраслях – вагоностроении, светотехнике, фармацевтике, республиканские инновации – оптоволоконный завод и «Технопарк-Мордовия». Создание детского технопарка «Кванториум», по ее мнению, – лучшая инвестиция, вложение в будущее, человеческий капитал. Подтверждение тому – доля инновационной продукции в структуре промышленного производства Мордовии – около 30 %, выше, чем в среднем по России<sup>13</sup>.

Она считает, что в республике нарабатан интересный опыт поддержки семей с детьми, но в то же время отмечает сложную демографическую и миграционную обстановку. Наряду с содействием в решении вопросов развития здравоохранения, объектов культурного наследия, детского отдыха, спикер подчеркнула, что для Мордовии должна быть разработана индивидуальная программа реструктуризации государственного долга, которая позволит региону снижать долговую нагрузку, не останавливая реализацию важнейших проектов. В этой ситуации, по мнению В. И. Матвиенко, важно обеспечить устойчивое развитие территории, разработать конкретные механизмы и инструменты, направленные на реализацию обозначенных Президентом задач, задействовать внутренние резервы<sup>14</sup>.

<sup>10</sup> Зонтикова В. Глава Мордовии рассказал Дмитрию Медведеву о льготной ипотеке под 5 % [Электронный ресурс] // Российская газета. – URL: <https://rg.ru/2018/03/03/reg-pfo/glava-mordovii-rasskazal-dmitriiu-medvedevu-o-igotnoj-ipoteke-pod-5.html>. – Загл. с экрана (Дата обращения: 21.04.2020).

<sup>11</sup> Всё сложно: Медведев сказал правду о социально-экономическом благосостоянии Мордовии [Электронный ресурс] / Mordovmedia.ru. – URL: <https://www.mordovmedia.ru/news/society/item/74079>. – Загл. с экрана (Дата обращения: 21.04.2020).

<sup>12</sup> Председатель Совета Федерации Валентина Матвиенко: «Прежнее руководство Мордовии страдало гигантоманией» [Электронный ресурс] / Офиц. сайт Столица-С. – URL: <https://stolica-s.su/archives/140627>. – Загл. с экрана (Дата обращения: 21.04.2020).

<sup>13</sup> Котова Т. Председатель Совета Федерации Федерального Собрания РФ Валентина Матвиенко посетила АУ «Технопарк-Мордовия» [Электронный ресурс] / Саранский городской портал. – URL: <https://cod13.ru/pervye-lica/predsedatel-soveta-federacii-federalnogo-sobraniya-rf-valentina-matvienko-posetila-au-technopark-mordoviya.html>. – Загл. с экрана (Дата обращения: 21.04.2020).

<sup>14</sup> Валентина Матвиенко пообещала оказать Мордовии поддержку [Электронный ресурс] / Mordovmedia.ru. – URL: <https://www.mordovmedia.ru/news/politics/item/68069>. – Загл. с экрана (Дата обращения: 21.04.2020).

Патриарх Кирилл, имея мордовские корни, с особым чувством относится к региону, отмечая, что эта земля близка его сердцу<sup>15</sup>. Патриарх осуществил несколько визитов в республику. В позитивном ключе оценивая динамику развития территории, он обратил внимание на радикальное преобразование от «забытого Богом уголка» к динамично развивающемуся региону. По мнению Его Святейшества, «чудо возрождения» началось со строительства Кафедрального собора святого праведного воина Феодора Ушакова в Саранске, символа нашей веры, который как локомотив потянул за собой последующие преобразования. Как отметил патриарх, по соотношению приходов на число жителей республика занимает первое место в стране. Под экономическим чудом Мордовии лежит чудо возрождения церковной жизни от нескольких действующих церквей до сотен новых храмов. Вклад руководства региона в возрождение духовной жизни отмечен наградами Русской православной церкви.

Риторика партийных лидеров в отношении республики противоречива. Лидер партии ЛДПР В. В. Жириновский тоже имеет в биографии «мордовский след» по линии матери. На открытии экспозиции «Республика Мордовия – территория инноваций» в Госдуме политик отметил высокое качество мордовских продуктов и достижения

«Технопарка-Мордовия». Оценивая роль республиканского руководства в развитии территории, В. В. Жириновский предложил называть губернаторов в России хозяйственниками, так как достижения того или иного субъекта – прежде всего хозяйственный успех<sup>16</sup>.

Руководитель КПРФ Г. А. Зюганов на выставке обратил внимание на то, что в Мордовии «есть дружба народов и нет национализма, который сегодня поражает многие регионы и целые государства», а также тот факт, что в республике выращивается каждая шестая роза России. Говоря о выдающихся земляках, назвал Ф. Ушакова и С. Эрзю, традиции которого продолжают художественные школы<sup>17</sup>. При этом характеризуя политическую систему региона, Геннадий Андреевич ставит под сомнение легитимность действующей власти, отмечая феномен управляемого голосования. Во многих регионах, включая Республику Мордовия, коммунисты выявили факты нарушения действующего законодательства о выборах; делают на этом акцент в общественной риторике, обращаются к генеральному прокурору и федеральным политикам<sup>18</sup>.

Председатель партии «Справедливая Россия», руководитель парламентской фракции «СР» С. М. Миронов назвал примером для Государственной Думы закон о

<sup>15</sup> Святейший Патриарх Кирилл встретился с главой Республики Мордовия Владимиром Волковым, членом ИППО [Электронный ресурс] / Императорское Православное Палестинское Общество. – URL: <http://www.ippo.ru/news/article/svyateyshiy-patriarh-kirill-vstretilsya-s-glavoym-r-101067>. – Загл. с экрана (Дата обращения: 21.04.2020).

<sup>16</sup> Владимир Жириновский вспомнил о своих мордовских корнях [Электронный ресурс] // Известия Мордовии. – URL: <https://izvmor.ru/novosti/obshchestvo/vladimir-zhirinovskiy-vspomnil-o-svoikh-mordovskikh-kornyakh>. – Загл. с экрана (Дата обращения: 21.04.2020).

<sup>17</sup> Злобина И. Геннадий Зюганов пообещал поддержать мордовских цветоводов «золотом партии» [Электронный ресурс] // Известия Мордовии. – URL: <https://news.myseldon.com/ru/news/index/198270670>. – Загл. с экрана (Дата обращения: 21.04.2020).

<sup>18</sup> Г. А. Зюганов на встрече с В. В. Путиным: На выборах были созданы «криминальные зоны» [Электронный ресурс] / КПРФ Саратовское областное отделение. – URL: <http://kprf-saratov.ru/2016/09/g-a-zyuganov-na-vstreche-s-v-v-putinyim-na-vyiborah-byili-sozdanyi-kriminalnyie-zonyi>. – Загл. с экрана (Дата обращения: 21.04.2020).

социальной защите детей войны, принятый Госсобранием Мордовии, давая положительную оценку деятельности региональных законодателей. Также он отметил успехи республики в реформировании системы местного самоуправления, опыт которой необходимо применять на федеральном уровне. В то же время Главу Мордовии и мэра Саранска критиковал за отсутствие конкурентов из других партий<sup>19</sup>.

Политическая оппозиция позиционирует республику также в контексте социально-политических проблем.

Г. А. Явлинский в 2018 г. представил карту бюджетной обеспеченности регионов (на основе шести показателей: величина собственных доходов региона в пересчете на одного человека; доля трансфертов из федерального бюджета; величина профицита или дефицита бюджета в пересчете на одного человека; доля государственного и муниципального долга от доходов региона и в пересчете на одного человека; величина расходов региона на одного человека в пересчете на величину прожиточного минимума по региону). В группу регионов, имеющих низкую и крайне низкую бюджетную обеспеченность, вошла Мордовия с наихудшим показателем 1,493 балла. Перевод на федеральное казначейское сопровождение был отложен по политическим причинам из-за предстоящего чемпионата мира по футболу<sup>20</sup>.

На проблему госдолга и злоупотребления должностными полномочиями лицами из Правительства РМ и ООО «Корпорация развития РМ» республики обращает внимание интернет-газета Каспаров.ru<sup>21</sup>.

## Обсуждение и заключение

Лидеры общественного мнения (политическая и бизнес-элита, партийные деятели, оппозиция и др.) являются значимыми ретрансляторами информации о регионе, так как вызывают доверие и способны заинтересовать аудиторию. Политическая коммуникация реализуется в двух основных измерениях – прагматическом и символическом, где последняя предполагает не рациональное осмысление, а внушение устойчивых смыслов. Символическая политика всегда, а особенно в период кризиса, использовалась властью. Поэтому мнения, транслируемые персоно-образами, становятся основой символического капитала, продвигающего представления об обществе (территории), создающего, поддерживающего или разрушающего политическую идентичность.

Внешний образ Республики Мордовия, формирующийся на основе транслируемых мнений, противоречив. За исследуемый период можно отметить некоторую эволюцию образа республики, транслируемую лидерами общественного мнения. Внимание к региону заметно возрастает в связи со значимыми событиями различного масштаба. Высокий авторитет прежнего руководства и лояльное «электоральное поведение» региона способствовали созданию и трансляции положительного образа со стороны федеральной власти и являлись поводом для критики со стороны оппозиционных лидеров. Празднование Тысячелетия единения мордовского народа с народами Российского государства в 2012 г. воспринима-

<sup>19</sup> Мартынова О. Миронов посмеялся над властями Мордовии за отъем флага СР у Дебардье [Электронный ресурс] / Информационный портал SM NEWS. – URL: <https://izhevsk.sm-news.ru/mironov-posmeyalsyanad-vlastyami-mordovii-za-otem-flaga-sr-u-deparde>. – Загл. с экрана (Дата обращения: 21.04.2020).

<sup>20</sup> Явлинский Г. [Электронный ресурс] / Персональный блог. – URL: <https://2018.yavlinsky.ru>. – Загл. с экрана (Дата обращения: 21.04.2020).

<sup>21</sup> Горчаков С. СКР ищет пропавший из бюджета банкрота Мордовии миллиард [Электронный ресурс] // Каспаров.ru: интернет-газета свободной России. – URL: [http://www.comcb.info/material.php?id=5D413BFF48684&section\\_id=463C51DEE59B0&subject\\_id=61](http://www.comcb.info/material.php?id=5D413BFF48684&section_id=463C51DEE59B0&subject_id=61). – Загл. с экрана (Дата обращения: 21.04.2020).

лось положительно большинством лидеров общественного мнения и активно транслировалось в СМИ. Включение Саранска в число городов – организаторов мирового первенства по футболу было воспринято неоднозначно: от положительной оценки до скептического сомнения в правильности такого выбора. Наследием чемпионата стала не только модернизированная инфраструктура, но и обострившиеся социально-экономические проблемы региона, что не могло не

отразиться на его внешнем имидже. Таким образом, положительный образ «территории инноваций», «динамично развивающегося региона с качественной сельскохозяйственной продукцией» и «региона духовного возрождения» сосуществует с образом территории управляемого голосования. Контекст высказывания зависит от особенностей политической ситуации и официальности/опозиционности позиции лидера общественного мнения в дискурсивном пространстве.

### **Библиографический список**

1. *Гигаури Д. И., Гуторов В. А., Ширинянц А. А.* YOUTUBE-блогеры как лидеры общественного мнения молодежи: новые технологии формирования идентичности в виртуальном пространстве // Каспийский регион: политика, экономика, культура. – 2019. – № 3. – С. 51–58.
2. *Ваторопин А. С., Семина М. С.* Имидж главы субъекта как лидера общественного мнения // Вестник Южно-Уральского государственного университета. – 2015. – № 2. – С. 77–80.
3. *Казакова М. Н., Напалкова И. Г.* Имидж главы региона как элемент имиджа территории (на примере Республики Мордовия) // Гуманитарные и политико-правовые исследования. – 2019. – № 2 (5). – С. 81–104.
4. *Маркетинг взаимодействия: новые направления исследований и инструментарий* : монография / под ред. Г. Л. Багиева, Ю. Ф. Поповой. – Сыктывкар : Издательство Сыктывкарского государственного университета, 2014. – 249 с.
5. *Науменко Т. В.* Национальные аспекты убеждающей коммуникации // Экономика и управление: проблемы, решения. – 2018. – Т. 2. – № 4. – С. 55–59.
6. *Поцелуев С. П.* Символическая политика: констелляция понятий для подхода к проблеме // Полис. – 1999. – № 5. – С. 62–75.
7. *Почепцов Г. Г.* Информационно-политические технологии. – М. : Центр, 2003. – 384 с.
8. *Шарахина Л. В.* Сегментирование целевых аудиторий, использование лидеров общественного мнения, экспертное позиционирование бренда в цифровом пространстве // Российская школа связей с общественностью. – 2019. – № 13. – С. 84–92.
9. *Emmons J.* The Future of Visual Communication: Trends for 2018 and Beyond // Digital Marketing [Электронный ресурс]. – URL: <http://blog.visme.co/future-of-communication/#3fVHs8grGpC2xIW5.99>. – Загл. с экрана (Дата обращения: 21.04.2020).
10. *Bullas Jeff.* Five Powerful PR Trends You Should Not Ignore [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.jeffbullas.com/5-powerful-pr-trends>. – Загл. с экрана (Дата обращения: 21.04.2020).
11. *Heather E.* 50 Best Content Marketing Brands of 2017: NewsCred’s #ThinkContent Awards. January 24, 2017 [Электронный ресурс]. – URL: <https://insights.newscred.com/best-content-marketing-brands2017>. – Загл. с экрана (Дата обращения: 21.04.2020).
12. *Katz E.* Paul F. Lazarsfeld. Personal Influence. – New York : The Free Press, 1955. – 400 p.
13. *Malcomson S.* Splinternet: How Geopolitics and Commerce Are Fragmenting the World Wide Web. – New York ; London : OR Books, 2016. – 130 p.
14. *McCombs M. E., Shaw D. L., Weaver D.* (eds.). Communication and democracy: exploring the intellectual frontiers in agenda-setting theory. – New York : Lawrence Erlbaum Associates, 1997. – 288 p.

### **References**

1. *Gigauri D. I., Gutorov V. A., Shirinyants A. A.* YOUTUBE-bloggers as leaders of public opinion of youth: new technologies of identity formation in virtual space. *Kaspijskij region: politika, ekonomika, kul'tura* = Caspian region: politics, economy, culture. 2019; 3: 51–58. (In Russ.).

2. *Vatoropin A. S., Semina M. S.* Image of the head of the subject as a leader of public opinion. *Vestnik YUzhno-Ural'skogo gosudarstvennogo universiteta* = Bulletin of the South Ural state University. 2015; 2: 77–80. (In Russ.).
3. *Kazakova M. N., Napalkova I. G.* The Image of the head of the region as an element of the image of the territory (on the example of the Republic of Mordovia). *Gumanitarnye i politiko-pravovye issledovaniya* = Humanitarian and political and legal research. 2019; 2(5): 81–104. (In Russ.).
4. Interaction Marketing: new research directions and tools: monograph. Ed. by G. L. Bagiev, Yu. f. Popova. Syktyvkar, 2014, 249 p. (In Russ.).
5. *Naumenko T. V.* National aspects of persuasive communication. *Ekonomika i upravlenie: problemy, resheniya* = Economics and management: problems and solutions. 2018; Vol. 2, 4: 55–59. (In Russ.).
6. *Potseluev S. P.* The Symbolic politics of: a constellation of concepts to approach the problem. *Polis* = Polis. 1999; 5: 62–75. (In Russ.).
7. *Pochepstov G. G.* Information and political technologies. Moscow, 2003, 384 p. (In Russ.).
8. *Sharakhina L. V.* Segmentation of target audiences, use of public opinion leaders, expert brand positioning in the digital space. *Russian school of public relations*. 2019; 13: 84–92. (In Russ.).
9. *Emmons J.* The Future of Visual Communication: Trends for 2018 and Beyond. *Digital Marketing*. URL: <http://blog.visme.co/future-of-communication/#3fVHs8grGpC2xIW99>.
10. *Bullas Jeff.* Five Powerful PR Trends You Should Not Ignore. URL: <http://www.jeffbullas.com/5-powerful-pr-trends>.
11. *Heather E.* 50 Best Content Marketing Brands of 2017: NewsCred's #ThinkContent Awards. URL: <https://insights.newscred.com/best-content-marketing-brands2017>.
12. *Katz E. Paul F. Lazarsfeld.* Personal Influence. N-Y., 1955, 400 p.
13. *Malcomson S.* Splinternet: How Geopolitics and Commerce Are Fragmenting the World Wide Web. N-Y., London, 2016, 130 p.
14. *McCombs M. E., Shaw D. L., Weaver D.* (eds.) Communication and democracy: exploring the intellectual frontiers in agenda-setting theory. N-Y., 1997, 288 p.

*Поступила 15.05.2020.*

#### **Сведения об авторе**

**Зайцева Лариса Александровна** – кандидат политических наук, доцент, политолог, доцент кафедры всеобщей истории, политологии и регионоведения, кафедры туризма ФГБОУ ВО «Национальный исследовательский Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарёва» (Саранск, Россия). Область научных интересов: пространственное развитие, имиджевые технологии, символический капитал территорий, региональные бренды, формирование региональной идентичности, региональная политика. Автор 100 научных работ. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4294-7852>.

**E-mail:** sama\_la@mail.ru

*Submitted 15.05.2020.*

#### **About the author**

**Larisa A. Zaytseva** – Candidate of Political Studies, Associate Professor, Political Scientist, Department of General History, Political Studies and Regional Studies, Department of Tourism, National Research Ogarev Mordovian State University (Russia, Saransk). Research interests: spatial development, image technologies, symbolic capital of territories, regional brands, formation of regional identity, regional policy. The author of 100 scientific, educational and methodical works. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4294-7852>.

**E-mail:** sama\_la@mail.ru