

[Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.tsi.lv/sites/default/files/editor/science/Research_journals/Computer/2002/V1/art07_kochetkov_sr_2002_vol_6_no_1.pdf (дата обращения 20.03.2019).

5. Манаков А. Г. Анализ демографических процессов в Эстонии, Латвии и Литве с середины XX века / А. Г. Манаков, П. Э. Суворков // Экономический вестник университета. Сборник научных трудов ученых и аспирантов. 2017. № 33. С. 125-135. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-demograficheskikh-protsessov-v-estonii-latvii-i-litve-s-serediny-hh-veka-i-prognoz-do-kontsa-xxi-veka> (дата обращения 20.02.2019).

7. Официальный сайт Eurostat [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://ec.europa.eu/eurostat/> (дата обращения 20.01.2019).

8. Michoń P. The Baltic miracle? The economic crisis and its consequences for young people in the labor market of the Baltic states 2007–2017 / P. Michoń // Journal of Baltic Studies. 2019. P. 1-14. DOI: 10.1080/01629778.2019.1570287.

9. Zaiga K. The Effect of Migration on Latvia's Sex and Age Composition / K. Zaiga // Baltic Region. 2018. Vol. 10. № 1. P. 107-129. DOI: 10.5922/2079-8555-2018-1-7.

E. Zaitseva, E. Popov

SOCIO - DEMOGRAPHIC STATUS REPUBLIC OF LATVIA

Abstract

Latvia is a post-Soviet country that is experiencing serious demographic problems after it gained independence after the collapse of the USSR. The article considers the socio-demographic situation of the Republic of Latvia from 2008 to 2017, analyzes the trends in the future socio-demographic development of the country. For the analysis, indicators such as population size, total fertility rate, natural growth rate, migration balance, data on the total number of men and women were used. It should be noted that the forecasts are disappointing, the country is dying out. The information base of the study was as follows: official data of the statistical service of the European Union, which collects statistical information on EU member states and harmonizes the statistical methods used by these countries. The method of analysis of statistics and forecasts, the method of sex and age pyramids was used as a research method. The authors concluded that the depopulation processes of this territory are formed to a greater extent by mechanical outflow of the population from the country, as well as a decrease in the birth rate. These processes determine the aging of the population, which is presented as a socio-demographic problem not only in Latvia, but in other post-Soviet Baltic countries.

Keywords: demography, natural growth, fertility rate, migration balance, age and sex pyramid.

УДК 353.2

В. Е. Лоскутова

ПРИМЕНЕНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ФОРМИРОВАНИИ ИМИДЖА ИСПОЛНИТЕЛЬНОГО ОРГАНА ГОСУДАРСТВЕННОЙ ВЛАСТИ СУБЪЕКТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ НА ПРИМЕРЕ МИНИСТЕРСТВА СОЦИАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Аннотация

В статье рассматривается технологический подход к формированию имиджа исполнительного органа государственной власти субъекта Российской Федерации. Проанализировав различные стратегии и подходы к созданию имиджа органа власти, выявлена социальная технология формирования имиджа Министерства социальной политики Свердловской области. Делается вывод о необходимости эффективного сотрудничества со СМИ для создания и поддержания положительного имиджа органа власти.

Ключевые слова: имидж, социальные технологии, исполнительный орган государственной власти субъекта, Министерство социальной политики Свердловской области

В настоящее время в сфере взаимодействия власти и общества значительное внимание уделяется вопросам создания имиджа органов власти, для которых он имеет важное функциональное и статусное значение, поскольку определяет степень доверия и настроения граждан по отношению к органам власти, влияет на общественную поддержку их деятельности.

Под имиджем исполнительного органа государственной власти субъекта РФ можно понимать целостный, качественно созданный образ, устойчиво функционирующий и воспроизводящийся в массовом или индивидуальном сознании, как совокупность характеристик, приписываемых СМИ, пропагандой, а также как определенные качества представителей органов власти, взятые в единстве политических, мировоззренческих, нравственных, психологических, биографических, внешних качеств, находящих отклик у населения [1].

Для формирования имиджа органа власти могут применяться специальные социальные технологии. Российский социолог В. В. Щербина дает следующее определение социальной технологии: это способ организации и упорядочения целесообразной практической деятельности, совокупность приемов, направленных на определение или преобразование (изменение состояния) социального объекта, достижение заданного результата [5].

Технологии формирования имиджа представляют собой совокупность приемов, методов, направленных на создание, введение и поддержание в восприятии аудитории необходимого образа с целью достижения определенных результатов [3]. Использование технологии формирования имиджа исполнительного органа власти субъекта РФ, следуя определенному алгоритму действий, позволяет создать качественно проработанный образ, положительно воспринимаемый аудиторией.

В этой связи технологический подход к формированию имиджа должен осуществляться посредством:

- сегментирования социальных субъектов через определение социально значимых характеристик;
- позиционирования органа власти и результатов его деятельности;
- конструирования имиджа органа власти и услуг, им предоставляемых;
- закрепления имиджа в сознании социальных субъектов [3].

Помимо вышеперечисленных процедур, технология формирования имиджа исполнительных органов государственной власти включает различные стратегии:

- стратегии возвышения себя на фоне принижения других;
- стратегии презентации проектов, намерений;
- стратегии самопрезентации, подчеркивающие свои достоинства.

На основе представленного технологического подхода и стратегий создания имиджа органа власти рассмотрим формирование имиджа министерства социальной политики Свердловской области (далее – министерство).

В своей деятельности министерство взаимодействует с различными субъектами: это федеральные органы исполнительной власти, исполнительные органы государственной власти Свердловской области, органы местного самоуправления муниципальных образований, общественные объединения, некоммерческие организации, население в целом и отдельные категории граждан (граждане пожилого возраста, инвалиды, дети-сироты), СМИ и другие. Таким образом, формируя положительный имидж, министерство должно учитывать ожидания и интересы каждого социального субъекта. Так, в глазах федеральных органов исполнительной власти и исполнительных органов государственной власти Свердловской области министерство должно поддерживать имидж организованного и

социально ответственного органа власти, а в глазах населения – имидж органа власти, учитывающего потребности населения и решающего их проблемы.

Что касается позиционирования министерства социальной политики и результатов его деятельности, то на официальном сайте регулярно публикуются новости о проводимых мероприятиях, об актуальных проектах и отчеты о них. Однако на других новостных порталах информация о результатах деятельности министерства размещается достаточно редко, что свидетельствует о том, что недостаточно активно осуществляется взаимодействие со СМИ. Министерство имеет страницу в социальной сети «Facebook.com», на которой преимущественно дублирует новости, опубликованные на своем официальном сайте.

Этап позиционирования также включает наличие целей, задач, основных функций и полномочий органа исполнительной власти, которые формируют представление о нем [2]. На сайте министерства размещено соответствующее Положение о деятельности, в котором обозначены перечисленные пункты. Однако, чтобы получить указанную информацию, гражданам необходимо скачать документ и самостоятельно его искать, что представляется не очень удобно и занимает время. Таким образом, министерство позиционирует свою деятельность посредством публикаций в СМИ и ведением сайта, и оба направления требуют совершенствования.

Имидж органа власти также формируется за счет перечня услуг и качества их предоставления. На сайте министерства перечислены услуги, которые оно оказывает гражданам, однако не хватает их сегментации для разных групп населения и пошаговых инструкций о том, как можно их получить.

Закрепление имиджа министерства в сознании аудитории является важнейшим этапом формирования имиджа, поскольку от его результата зависят лояльность, степень доверия и готовность сотрудничать каждого социального субъекта по отношению к органу власти. Можно отметить, что Министерство социальной политики Свердловской области является авторитетным исполнительным органом государственной власти в регионе, поскольку позиционирует себя как эффективно реализующим свои функции и полномочия. Однако, по нашему мнению, орган власти недостаточно взаимодействует со СМИ, которые не часто информируют население о проводимых мероприятиях и достигнутых результатах.

На наш взгляд, для формирования своего имиджа министерство использует стратегию презентации проектов и стратегию самопрезентации, посредством которых оно выражает свои намерения, акцентирует внимание в PR-текстах (на своем официальном сайте, через СМИ) на положительных результатах своей профессиональной деятельности и показывает, что данный орган власти является общественно-значимой организацией.

Проанализировав опыт создания имиджа министерства социальной политики Свердловской области, можно сделать вывод о том, что данное министерство использует технологию формирования имиджа. Можно выделить два направления деятельности, которые органу власти необходимо совершенствовать для поддержания позитивного имиджа:

1) Следует наладить эффективное сотрудничество со СМИ, для того чтобы последние информировали население о деятельности министерства и, тем самым, повышали его узнаваемость.

2) Необходимо совершенствование официального сайта министерства в части информационного наполнения для того, чтобы сделать его более удобным и информативным для интернет-пользователей.

Библиографический список

1. Маслов И. В. Стратегии формирования положительного имиджа органов исполнительной власти / И. В. Маслов // Современные исследования социальных проблем. 2011. № 4. С. 92 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=17309415> (дата обращения: 19.01.2019).

2. Передня Д. Г. Технология формирования имиджа органов внутренних дел / Д. Г. Передня // Труды Академии управления МВД России. 2016. № 1. С. 36-41. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/tehnologiya-formirovaniya-imidzha-organov-vnutrennih-del> (дата обращения: 17.01.2019).

3. Савельева О. О. Социология рекламного воздействия / О. О. Савельева. М. : «РИП-холдинг», 2006. 284 с.

4. Фатыхова Д. Р. Технологии формирования имиджа женщины-политика в современной России : автореф. дис. ... канд. полит. наук : 23.00.02 / Д. Р. Фатыхова. Казань. 2013. 22 с. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=30372820> (дата обращения: 18.01.2019)

5. Щербина В. В. Проблемы технологизации социоинженерной деятельности / В. В. Щербина // Социологические исследования. 1990. № 8. С. 78-85.

V. Loskutova

THE USE OF SOCIAL TECHNOLOGIES IN THE FORMATION OF THE IMAGE OF THE EXECUTIVE BODY OF STATE POWER OF SUBJECTS OF THE RUSSIAN FEDERATION ON THE EXAMPLE OF THE MINISTRY SOCIALNOY POLICY OF THE SVERDLOVSK REGION

Abstract

The article deals with the technological approach to the formation of the image of the Executive body of state power of the Russian Federation. Having analyzed various strategies and approaches to creating the image of the authority, the social technology of forming the image of the Ministry of social policy of the Sverdlovsk region was revealed. The conclusion is made about the need for effective cooperation with the media to create and maintain a positive image of the authority.

Keywords: image, social technologies, Executive body of the state power of the subject, Ministry of social policy of Sverdlovsk region.

УДК 364.35

Т. Е. Радченко, Ю. М. Пестова

ФАКТОРЫ ОТЛОЖЕННОГО ПЕРЕХОДА К НОВОЙ ПЕНСИОННОЙ СИСТЕМЕ

Аннотация

В цивилизованном мире государства занимаются поддержкой людей, потерявших трудоспособность и людей, достигших преклонного возраста. В каждом государстве поставленные вопросы решаются своим способом, создавая при этом собственную законодательную базу и систему пенсионного обеспечения.

Пенсионная система России не что иное, как совокупность юридических норм, специально созданных государственных органов и частных структур, направленных на обеспечение регулярности выплат гражданам, достигшим пенсионного возраста. Система пенсионного обеспечения Российской Федерации несовершенна и требует периодического внесения необходимых корректировок и доработки механизма.

С 2019 года началась активная фаза пенсионного реформирования. Права граждан на пенсию по старости, реализуются с учетом нового законодательства. Пенсионная реформа, внесшая повышение возраста выхода на пенсию по старости, стала одной из самых неожиданных и обсуждаемых в социально-общественной жизни страны.

Пенсионное страхование охватывает невероятное количество людей всех возрастов, различных профессий, национальностей, граждан проживающих не только на территории Российской Федерации, а также в иностранных государствах. Повышение возраста выхода на пенсию крайне болезненно воспринято обществом.

Занимая основные позиции среди социальных гарантий граждан России, пенсионная система, функционирующая по ранее действующему сценарию, не позволяет сохранить заданный размер пенсий на приемлемом уровне. Количество людей, достигших возраста выхода на пенсию, повышается, а стратегически заданное финансирование не выполняется.