

УДК 321:659.4

РЕПУТАЦИОННЫЙ КАПИТАЛ ГОСУДАРСТВА КАК ПОЛИТИКО-СОЦИАЛЬНЫЙ ФЕНОМЕН

Ишин А.В.

Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского, г. Симферополь, Российская Федерация.

E-mail: a.ischin@yandex.ua

Публикуемая рецензия содержит анализ монографии А.Э. Рудаковой и О.Е. Гришина «Репутационный капитал государства» (Москва, 2017). А.В. Ишин отмечает новаторский характер предложенной авторами исследования схемы соотношения элементов репутации, их функций. Отмечается, что репутационный капитал государства рассмотрен как сложный феномен российской и зарубежной действительности. При этом авторы монографии успешно использовали достижения различных школ и направлений политической мысли. Важное значение при этом уделяется технологиям формирования и перспективам развития репутационного капитала России. Монография определяется как весомое, квалифицированное исследование, которое имеет важное значение для современной гуманитарной науки.

Ключевые слова: репутационный капитал, социальный блок, международные организации, информационные технологии, swot-анализ.

В настоящее время в условиях многоаспектного нарастания конкуренции среди государств важной политологической задачей является осмысление феномена «репутационный капитал государства», исследование технологий формирования и реализации репутации политических институтов, определение уровня доверия к органам власти и управления [3; 6; 12].

Исследователи М.Г. Анохин, О.Е. Гришин в свое время активно начали изучать репутационный капитал государства [1; 2; 4; 5], а особенно много внимания этому направлению отечественной политической науки уделила политолог А.Э. Рудакова [7; 8; 9; 11].

Результатом совместного изыскания А.Э. Рудаковой и О.Е. Гришина с опорой на технологические концепты, предложенные ранее доктором политических наук, профессором М.Г. Анохиным, стала монография «Репутационный капитал государства» [10].

Актуальность представленной работы в значительной мере обусловлена тем обстоятельством, что уровень разработанности проблемы репутационного капитала государства в качестве важного политического ресурса имеет крайне ограниченный характер.

В этом отношении немаловажно отметить, что исследование А.Э. Рудаковой и О.Е. Гришина, рассматривающих феномен государства на основе институционального и неинституционального подходов, выполнено на базе ключевых концепций классической политологии с применением современных технологических трендов. Репутационный капитал государства рассмотрен как сложный феномен российской и зарубежной действительности.

Используя достижения различных школ и направлений политической мысли, А.Э. Рудакова и О.Е. Гришин формулируют собственное, интегрированное, определение объекта исследования, анализируют и сопоставляют такие категории как «репутация», «имидж», «бренд», представляют их расширенную трактовку, обосновывают общее и различное в их природе, сущностном значении и функциях [10, с. 6-27]. Авторами монографии выявлены и сформулированы проблемы, применены общенаучные подходы, определяющие значимость представленного исследования в теоретико-методологическом и прикладном отношениях.

Междисциплинарный характер работы позволяет говорить о серьезной обоснованности полученных авторами результатов – во всех её блоках использованы не только достижения современной отечественной и зарубежной политической науки, но и экономики, социологии, истории. Успешно адаптированы финансовые, экономические категории, алгоритмы к анализу политических феноменов, в частности государства. Авторы обращаются к методам политического прогнозирования, компаративного анализа. Прослеживается логический подход к проектированию способов достижения поставленной цели, преодолению противоречий, решению научной проблемы.

Четко выражено авторское сущностное видение понятия «репутационный капитал государства» как сложного комплексного политико-социального феномена, сопряженного одновременно с рядом областей научного знания (экономика, психология, история, культурология).

Стоит отметить новаторство предложенной авторами исследования схемы соотношения элементов репутации, их функций. Оригинальность трактовки, в том числе, состоит в определении места объекта исследования в данной структуре. Заслуживает внимания подход авторов к сопоставлению понятий «имидж», «бренд», «репутация». Имидж представляет, по их мнению, своего рода абстрактную надстройку, объединяющую набор характеристик государства в единый образ, бренд, аккумулирует наиболее яркие и узнаваемые черты образа, репутация уже отражает оценочные суждения целевой группы относительно сущности, имиджа и бренда государства, она может приносить как пользу, так и убыточность, таить в себе риски. Репутационный же капитал обеспечивает извлечение выгоды из характеристик государства, формирующих позитивное впечатление в сознании целевой аудитории (собственных граждан, официальной власти и граждан других стран, институтов, организаций, бизнес-структур). Утверждается, что «репутационный капитал государства формируется и транслируется с целью получения и сохранения преимуществ перед другими равными участниками политической, социальной и экономической жизни, оптимизации процедуры решения государственных задач: создания продуктивных

экономических и военно-политических союзов, установления партнерских отношений с другими участниками международной политики, получения авансов и кредитов. Репутация государства, в том числе, служит одним из факторов и обоснований для построения прогностических сценариев поведения его во внешней и внутренней политике» [10, с. 26].

Логично и обоснованно выявлены свойства репутационного капитала государства. Среди них: диверсификация капитала, когда укрепляются репутационные параметры основных политических, общественных институтов, акторов, каждая из которых по отдельности способна влиять на репутацию государства; накопление (самовозрастание) капитала – корректная стратегия трансляции репутационных характеристик субъекта, использование капитала приводит не к его растрате, а накоплению; реализация капитала, выраженная в процессе, когда в репутационном поле «товар» в форме положительных свойств субъекта «продается» объекту в обмен на такую абстрактную символическую ценность, как лояльность, доверие, предпочтение.

А.Э. Рудакова и О.Е. Гришин с теоретических позиций выявляют взаимосвязь конструирования понятия «репутационный капитал государства» с содержанием политологических, философских, социологических, экономических и других концепций, разработанных отечественными и зарубежными экспертами.

Ценность и интерес представляет выполненный анализ зарубежного опыта по созданию и развитию репутационного капитала, в том числе посредством использования технологий формирования «имиджа» и «бренда». Авторы обращаются к исследованию сильных и слабых сторон работы с репутационным капиталом в государствах с различными геополитическими, экономическими, социально-демографическими характеристикам и др. Удачно выбранный исследователями весьма широкий спектр стран, а также обращение к уже завершенным и реализуемым ныне стратегиям управления репутационным капиталом позволяет сделать ряд весьма ценных выводов. В частности, авторы отмечают современную тенденцию поиска эффективных решений посредством нового прочтения тематики уникальных национальных традиций.

В исследовании не только представляются наблюдения экспертов и эмотивные реакции целевой аудитории, но и приводится, к примеру, ряд документально оформленных концепций, разработанных на уровне государственной власти, отвечающих культурно-историческим традициям конкретной страны, а также глобальным тенденциям внешнеполитической и внутривнутриполитической деятельности государства. Сопоставляя эффективные решения в рамках иностранных моделей, авторы выделяют оптимальные для России тренды формирования репутационного капитала государства.

В работе выделены конкретные исторические события и факты, повлиявшие на состояние репутации России. Панорамный исторический анализ этапов развития Российского государства, сделанный авторами, показал, что его репутация сложилась под влиянием множества факторов: географических (открытие, освоение новых территорий, изменение государственных границ в результате военных действий, воли правящих элит и др.), политических (смена правителей, режимов,

военные конфликты, геополитическая конкуренция и др.), экономических (длительное существование феодальных форм хозяйствования, смена их индустриальными и постиндустриальными и др.), культурных (религиозная жизнь, наука, образование, искусство и др.), социально-демографических (миграция, уменьшение численности населения и др.) [10, с. 66-84].

Также анализ содержания издания позволяет отнести к числу значимых результатов выявление актуальных направлений формирования современного репутационного капитала России. В частности – развитие социального блока, подразумевающее повышение качества жизни; распространение технологий проведения политических и общественно важных мероприятий; внимательное отношение к принятию решений при участии в ключевых формальных и неформальных международных организациях; обращение к информационным технологиям (в том числе Интернет).

Большой интерес представляет раздел исследования, посвященный технологиям формирования и перспективам развития репутационного капитала России. Данный параграф проиллюстрирован яркими примерами проявления позитивных и негативных свойств репутации государства, его текущего состояния и потенциала развития. На основе данных социологических опросов, материалов СМИ, рейтингов государств, составленных по различным критериям, авторы монографии оценивают состояние репутационного капитала России – его сильные и слабые стороны, что позволяет осуществить swot-анализ. По итогам данного анализа представлены практические предложения повышения эффективности репутационного капитала государства. Среди них чрезвычайно важным на сегодняшний день представляется обоснование необходимости поддержки институтов гражданского общества – общественных организаций, движений, занимающихся просветительской, гуманитарной и другими типами социально ответственной работы. Удачно используются данные социологических исследований, проведенных ВЦИОМ, «Ромир», «ФОМ», «Левада-Центр», экспертные оценки, которые подтверждают гипотезу научной работы [10, с. 102-123].

Работа представляет собой весомое, квалифицированное исследование, положения и выводы, сформулированные авторами, в будущем могут быть применены в научно-теоретических и практических разработках в сфере формирования и развития эффективного репутационного капитала государства, однако можно отметить и некоторые недостатки, а именно:

– спорным является употребление авторами в некоторых частях текста в качестве синонимичных понятий «государство» и «страна», возможно, в контексте данной монографии следовало бы провести более четкое разделение этих категорий;

– исследователи предлагают оценивать и измерять состояние репутационного капитала государства, опираясь на данные популярных рейтингов, перечень которых представляется весьма дискуссионным и может изменяться в зависимости от целей и задач субъекта исследования. Критерии их составления в основном избираются «экспертным пулом», что негативно сказывается на объективности анализа;

– следовало бы обосновать прямую логическую связь таких базовых категорий исследования как «политический ресурс» и «репутационный капитал государства». Остается неясна позиция авторов: это специфический тип политического ресурса или эти понятия сопоставляются синонимично?

Отмеченные недостатки носят полемичный характер и не снижают общего высокого теоретического и практического уровня данной монографии и могут служить стимулом для дальнейших разработок в этой сфере. Полагаем, что данная работа, представляющая собой весомое, квалифицированное исследование, будет позитивно воспринята российским политологическим сообществом.

Список литературы

1. Анохин М.Г. Репутация и судьба великого народа взаимосвязаны // Политика и политология: актуальный ракурс. Коллективная монография. Авторы и составители М.Г. Анохин и В.Н. Давыдов / Под общ. ред. д.и.н., проф. Д.Е. Слизовского. М.: Институт современной политики РУДН. С. 6-17.
2. Анохин М.Г., Гришин О.Е. Репутационный капитал современной России: проблемы, опыт, технологии формирования // Образ России в контексте формирования культуры толерантности внутри страны и за рубежом: Сборник тезисов Международной научно-практической конференции. Москва, 13-15 ноября 2009 г. / Под. ред. Т.В. Евгеньевой. М.: РИЦ МГУ им. М. А. Шолохова, 2010. С. 6-9.
3. Быба, Ю.В. Государство должно нравиться своему народу // Власть. 2007. № 12. С. 12-14.
4. Гришин О.Е. О репутационном капитале России // Политика, экономика, социум: стратегические приоритеты развития и механизмы взаимодействия в современной России. Секции 3, 4: Сборник статей / Сост. И.Д. Тургель. Екатеринбург: УрАГС, 2008. С. 73-74.
5. Гришин О.Е. О технологиях формирования репутационного капитала государства и бизнес – структур // Россия и современный мир: проблемы политического развития. Материалы III Международной межвузовской научной конференции. Москва, 12-13 апреля 2007 г.: В 2 ч. Ч.2. / Под ред. Д.В. Васильева. М.: Институт бизнеса и политики, 2007. С. 172-181.
6. Розанов Н.Н. Исследовательская модель концепта «репутация региональной власти» // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: политология. 2016. № 4. С. 38-47.
7. Рудакова А. Э. Категория «социально-политические технологии» в области формирования репутационного капитала государства // Ученые записки Российского государственного социального университета. 2014. № 3. С. 12-16.
8. Рудакова А.Э. Репутационный капитал политического актора как государственная закупка // Проблемы постсоветского пространства. 2015. № 4. С. 67-73.
9. Рудакова А.Э. Технологии формирования репутационного капитала субъектов Российской Федерации // Современные проблемы науки и образования 2015. № 1. <http://www.science-education.ru/121#56> (Дата обращения: 02.08.2017).
10. Рудакова А.Э., Гришин О.Е. Репутационный капитал государства: монография / Под ред. О.Е. Гришина. М.: Российский государственный социальный университет, 2017. 162 с.
11. Рудакова А. Э. Репутационный капитал российского государства – олимпийский вклад // Вестник Университета (Государственный университет управления). 2014. № 16. С. 275-280.
12. Тимофеева Л.Н. Репутационный капитал России – Современный образ России: перспективы развития / Под ред. А.В. Очировой, Ю.П. Зинченко, Л.В. Матвеевой. М.: Общественная палата РФ, МГУ, 2008.

Ishin A.V. Reputation Capital of the State as Politic-Social Phenomenon // Scientific Notes of V. I. Vernadsky Crimean Federal University. Philosophy. Political science. Culturology. – 2018. – Vol. 4 (40). – № 3. – P. 92-98.

The published review contains the analysis of monograph of A.E. Rudakova and O.E. Grishin the «Reputation capital of the state» (Moscow, 2017). A.V. Ishin marks innovative character offered the authors of research of

chart of correlation of elements of reputation, their functions. It is marked that the reputation capital of the state is considered as the difficult phenomenon of Russian and foreign reality. Thus monographers successfully drew on accomplishments of different schools and directions a political idea. An important value is here spared forming technologies and prospects of development of reputation capital of Russia. A monograph is determined as ponderable, skilled research which has an important value for modern humanitarian science.

Keywords: reputation capital, social block, international organizations, information technologies, swot-analysis.

References

1. Anohin M.G. Reputacija i sud'ba velikogo naroda vzaimosvjazany [Reputation and Fate of Great People is Associate] // Politika i politologija: aktual'nyj rakurs [Policy and Political Science: Actual Foreshortening]. Kollektivnaja monografija. Avtory i sostaviteli M.G. Anohin i V.N. Davydov / Pod obshh. red. d.i.n., prof. D.E. Slizovskogo. M.: Institut sovremennoj politiki RUDN. S. 6-17.
2. Anohin M.G., Grishin O.E. Reputacionnyj kapital sovremennoj Rossii: problemy, opyt, tehnologii formirovanija [The Reputation Capital of Modern Russia: Problems, Experience, Forming Technologies] // Obraz Rossii v kontekste formirovanija kul'tury tolerantnosti vnutri strany i za rubezhom: Sbornik tezisov Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii [Appearance of Russia in the Context of Forming of Culture of Tolerance up Country and Abroad: Collection of Theses of the International scientific-practical conference]. Moskva, 13-15 nojabrja 2009 g. / Pod. red. T.V. Evgen'evoj. M.: RIC MGGU im. M. A. Sholohova, 2010. S. 6-9.
3. Byba, Ju.V. Gosudarstvo dolzhno nravit'sja svoemu narodu [The State Must Like the People] // Vlast'. 2007. № 12. S. 12-14.
4. Grishin O.E. O reputacionnom kapitale Rossii [About the Reputation Capital of Russia] // Politika, jekonomika, socium: strategicheskie priority razvitiya i mehanizmy vzaimodejstviya v sovremennoj Rossii. Sekcii 3, 4: Sbornik statej [Politician, Economy, Socium: Strategic Priorities of Development and Mechanisms of Co-operation are in Modern Russia. Sections 3, 4: Collection of Reasons] / Sost. I.D. Turgel'. Ekaterinburg: UrAGS, 2008. S. 73-74.
5. Grishin O.E. O tehnologijah formirovanija reputacionnogo kapitala gosudarstva i biznes – struktur [About Technologies of Forming of the Reputation Capital of the State and Business- Structures] // Rossiya i sovremennyy mir: problemy politicheskogo razvitiya. Materialy III Mezhdunarodnoj mezhvuzovskoj nauchnoj konferencii [Russia and Modern World: Problems of Political Development. Materials of the III International Between Universities Scientific Conference]. Moskva, 12-13 aprelja 2007 g.: V 2 ch. Ch.2. / Pod red. D.V. Vasil'eva. M.: Institut biznesa i politiki, 2007. C. 172-181.
6. Rozanova N.N. Issledovatel'skaja model' koncepta «reputacija regional'noj vlasti» [The Research Model of Koncept «Reputation of Regional Power»] // Vestnik Rossijskogo universiteta družby narodov. Serija: politologija. 2016. № 4. S. 38-47.
7. Rudakova A. Je. Kategorija «social'no-politicheskie tehnologii» v oblasti formirovanija reputacionnogo kapitala gosudarstva [The Kategoriya «Socio-Political Technologies» in Area of Forming of Reputation Capital of the State] // Uchenye zapiski Rossijskogo gosudarstvennogo social'nogo universiteta. 2014. № 3. S. 12-16.
8. Rudakova A.Je. Reputacionnyj kapital politicheskogo aktora kak gosudarstvennaja zakupka [The Reputation Capital of Political Actor as Government Purchase] // Problemy postsovetskogo prostranstva. 2015. № 4. S. 67-73.
9. Rudakova A.Je. Tehnologii formirovanija reputacionnogo kapitala sub'ektov Rossijskoj Federacii [Technologies of Forming of the Reputation Capital of Subjects of Russian Federation] // Sovremennye problemy nauki i obrazovanija 2015. № 1. [Elektronnyj resurs]. – URL: <http://www.science-education.ru/121#56> (Data obrashhenija: 02.08.2017).
10. Rudakova A.Je., Grishin O.E. Reputacionnyj kapital gosudarstva: monografija [The Reputation Capital of the State: Monograph] / Pod red. O.E. Grishina. M.: Rossijskij gosudarstvennyj social'nyj universitet, 2017. 162 s.

11. Rudakova A. Je. Reputacionnyj kapital rossijskogo gosudarstva – olimpijskij vklad [The Reputation Capital of the Russian State – an Olympic Deposit] // Vestnik Universiteta (Gosudarstvennyj universitet upravlenija). 2014. № 16. S. 275-280.
12. Timofeeva L.N. Reputacionnyj kapital Rossii – Sovremennyj obraz Rossii: perspektivy razvitija [The Reputation Capital of Russia is Modern Appearance of Russia: Prospects of Development] / Pod red. A.V. Ochirovoj, Ju.P. Zinchenko, L.V. Matveevoj. M.: Obshhestvennaja palata RF, MGU, 2008.