Илья Анатольевич Быков

Санкт-Петербургский государственный университет

[i.bykov@spbu.ru](mailto:i.bykov@spbu.ru)

**Прикладное значение теории репутационного менеджмента в политике**

Рассматривается актуальное состояние теории и практики репутационного менеджмента в России. Эмпирическое исследование основано на материалах скандала вокруг депутата Государственной Думы Валерия Рашкина.

Ключевые слова: политический PR, репутационный менеджмент, имидж, конфликт.

В специальной литературе на русском языке теории репутационного менеджмента уделяется довольно мало внимания [1; 2; 4]. Существующие издания очень часто игнорируют проблему согласования научной теории и сложившейся в России практики. При этом очевидно, что за последние годы в России была создана разветвленная система информационного обеспечения деятельности различных органов власти, высоко развиты технологии бизнес-PR, особенно в крупных корпорациях. Упомянутый разрыв между практикой и теорией остается.

Одним из способов преодоления сложившейся ситуации может выступить использование практических кейсов в образовании и ситуационный анализ конкретных кейсов из числа текущих политических событий [5]. Осенью 2021 г. состоялись выборы депутатов Государственной Думы, после которых большой резонанс получил скандал вокруг депутата Государственной Думы от КПРФ Валерия Рашкина [3]. Разработанные в рамках современной теории репутационного менеджмента модели коммуникаций применимы для анализа практических кейсов, связанных с информационными атаками на базисные субъекты PR. При тщательном анализе кейса Валерия Рашкина легко обнаруживаются как общие, так и особенные факторы, повлиявшие на развитие событий. В частности, к ошибкам антикризисных коммуникаций Рашкина следует отнести неубедительность первоначальной «легенды», противоречивость позиции и потерю поддержки со стороны партии. Информационная атака на депутата Рашкина носила профессиональный и комплексный характер, затрагивая при этом не самые важные политические аспекты сложившейся репутации.

На наш взгляд, речь не может идти об отказе от научных исследований и развития теоретических знаний в области репутационного менеджмента. Речь идёт о сочетании современных теоретических подходов, эффективных методов исследований и практики для развития связей с общественностью в России. Связи с общественностью как научная дисциплина относятся к числу прикладных наук, имеющих непосредственное практическое применение. Именно в этом заключается конкурентное преимущество данной специальности в России и за рубежом.

Литература

1. Вуйма А. Черный PR. Защита и нападение в бизнесе и не только. СПб., 2005.

2. Даулинг Г. Репутация фирмы: создание, управление и оценка эффективности. М., 2003.

3. Коммуниста Рашкина поймали в лесу с тушей лося. КПРФ называет это провокацией // BBC News. Русская служба. 29 октября 2021. <https://www.bbc.com/russian/news-59087233>.

4. Связи с общественностью в органах власти / под ред. В. А. Ачкасовой, И. А. Быкова. М., 2019.

5. Routledge handbook of character assassination and reputation management / Ed. by S. A. Samoilenko, M. Icks, E. Shiraev & J. Keohane. New York, 2019.