

Секция «Взаимодействие с органами власти: коммуникативные стратегии принятия решений»

**Политическая репутация кандидата, как один из основополагающих факторов при принятии решения на выборах в государственный аппарат.**

***Крюкова Юлия Евгеньевна***

*Аспирант*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Философский факультет, Кафедра философии языка и коммуникации, Москва, Россия

*E-mail: Juletta87@list.ru*

Большое количество публикаций по теме репутации, написанных специалистами социальных [1], юридических [2,3,4], экономических [5,6, 7], политических [8,9], психологических [10,11] и философских наук [12,13] на протяжении 15 лет указывает на высокий интерес к феномену репутации. Вышеперечисленные исследователи сходятся во мнении, что одной из причин, объясняющих популярность данного феномена, может являться то, что наличие положительной репутации, того или иного субъекта, будь то личность, организация или государство, благоприятно сказывается на преумножении как материальных, так и нематериальных активов, а также способствует достижению успехов данного субъекта.

Стоит отметить, что определения к понятию «репутация» можно найти в различных словарях, начиная с 1865 года издания [14], где относительно популярной характеристикой понятия «репутация» является: «общее/общественное мнение о достоинствах и недостатках кого-либо/чего-либо». Так же в словарях указывается достаточно обширный синонимичный ряд этого понятия: честь, достоинство, слава, реноме, престиж, доброе имя, молва, популярность, имидж.

Наряду с общеизвестными значениями, начиная с 1996 года понятие «репутация» стало расширять свое значение в узкоспециализированных сферах. Например, в бизнес сфере появились такие понятия, как «деловая репутация», «корпоративная репутация», «репутационный менеджмент» [7]. В политической сфере - «политическая репутация» «политический репутационный менеджмент» [9,10] а так же в социальной сфере появление такого понятия, как репутациология.

Цель данной работы показать важность такого фактора, как политическая репутация, когда избиратели или политики сталкиваются с проблемой принятия решения о выборе того или иного кандидата на службу в государственный аппарат. А применение PR-специалистами технологий политического репутационного менеджмента позволяет «корректировать «внутренний (содержательный) образ» носителя репутации (его психологических комплексов, недостатков) и разрабатывать новые значимые действия» [9].

На формирование политической репутации оказывают следующие блоки личностных характеристик: «1) самооценка и социальная ориентация 2) потребностно-мотивационная сфера; 3) система внешнеполитических убеждений; 4) стиль принятия внешнеполитических решений (подход к получению информации, когнитивная сложность - концептуальная и интегративная, гибкость и продуктивность мышления, аналитичность мышления, склонность к риску); 5) стиль межличностных отношений, стиль руководства групповым принятием решений - авторитарный, демократический, отстраненный); 6) устойчивость к стрессу» [10].

«Структура репутации политического лидера также имеет национальные и социально-демографические особенности, отражает особенности различных социальных и этнических групп. Например, для групп интеллигенции значимы свобода совести, профессионализм; для сельских жителей - душевность, хозяйственность; для пенсионеров - забота,

патриотизм; для молодежи -выразительность, харизматичность политика» [10].

Один из самых весомых факторов, влияющих на формирование мнение о политике, являются СМИ, которые транслируют аудитории искусственно созданный имидж. Информация о политическом лидере, передаваемая по средствам телевидения, порождает в сознании людей нереальный, а зачастую неправдоподобный образ кандидата, таким образом, усложняя процесс принятия решения о выборе кандидата.

Представляется важным относиться в высокой степени ответственно к выбору источника информации, критически мыслить, рационально интерпретировать и анализировать получаемую информацию, использовать технологию вопросно-ответных процедур для принятия решения о выборе того или иного кандидата [15].

### Источники и литература

- 1) Докукина Е.Ю. «Репутация личности: социальные и деловые аспекты». [Электронный ресурс]: Дис. ... канд. социол. наук : 22.00.04 .-М.: РГБ, 2005 (Из фондов Российской Государственной Библиотеки)
- 2) Тюленев И.В. «Защита чести, достоинства и деловой репутации по российскому и международному законодательству» [Электронный ресурс]: Дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.03. –М. РГБ, 2010.
- 3) Олейник И.В., Лапшов А.Б. «Плюс/минус» репутация»- Самара: Издательский дом «БАХРАХ-М», 2003. – 192 с.
- 4) Сальникова Л.С. Репутация в Российском бизнесе. - М.: Вершина, 2008. - 216 с.,
- 5) Даулинг Грэм. Репутация фирмы: создание, управление и оценка эффективности. - М.: ИМИДЖ-Контакт, Инфра-М,2003. – 368 с.
- 6) Schreiber S. Elliot «A Holistic Approach to Stakeholder Relations to Build Reputation and Mitigate Reputation Risk»;
- 7) Fomburn J. Charles. Reputation: Realizing Value from the Corporate Image Hardcover – January 1, 1996.
- 8) Мингазова З.Р. Деловая репутация государственного аппарата как института власти: политологический анализ [Электронный ресурс]: Дис. ... канд. полит. Наук: 23.00.02. – Казань, 2012.
- 9) Устинова Н.В. Политическая репутация: сущность, особенности, технологии формирования [Электронный ресурс]: Дис. ... канд. полит наук : 23.00.02 .-М.: РГБ, 2005 (Из фондов Российской Государственной Библиотеки).
- 10) Трубецкой А. Ю. Категория репутации в социально-политической коммуникации [Электронный ресурс]: диссертация ... д-ра психол. наук: 19.00.05. - Москва: РГБ, 2007. - (Из фондов Российской Государственной Библиотеки).
- 11) Фокин В.В. «Социально-психологические факторы управления репутацией» [Электронный ресурс]: диссертация ... канд. психол. наук: 19.00.05. – Москва: РГБ, 2009.
- 12) Тюленев И.С. «Репутация организации как феномен современной социальной системы: социально-философский анализ. » [Электронный ресурс]: диссертация ... канд. философ. наук: 09.00.11 – Нижний Новгород, 2012.
- 13) Вагин В.В., Зарубин А.Л. «Репутация – капитал личности» – Москва: Издательство «Априкон», 2007 - 212 с.

- 14) Объяснение 25000 иностранных слов, вошедших в употребление в русский язык, с означением их корней.- Михельсон А.Д., 1865.
- 15) Сорина Г.В. Принятие решений как интеллектуальная деятельность. Монография. М.: "Канон + "Реабилитация 2009. - 272 с.