



ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

Факультет прикладной политологии
Отделение интегрированных коммуникаций

МАТЕРИАЛЫ

НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ
студентов и аспирантов

«ИНТЕГРИРОВАННЫЕ КОММУНИКАЦИИ 2012»

Москва, 17 апреля 2012 г.


АКАДЕМИЯ
ИНТЕГРИРОВАННОЙ
Москва
2012

УДК 070:81.42
ББК 760+81.2-5

Материалы научно-практической конференции студентов и аспирантов
«ИНТЕГРИРОВАННЫЕ КОММУНИКАЦИИ 2012» (Москва, 17 апреля
2012 г.). – М.: АПК и ППРО, 2012. – 260 с.

Рекомендовано к изданию: отделением интегрированных коммуникаций
НИУ ВШЭ

Писчий редактор:
профессор С. А. Зверев

Рецензент:
доктор филологических наук, профессор М. А. Пильгун

ISBN 978-5-8429-1054-0

БКК 760+81.2-5

В сборник вошли материалы докладов и сообщений, представленных на
научно-практической конференции студентов и аспирантов
«ИНТЕГРИРОВАННЫЕ КОММУНИКАЦИИ 2012», которая состоялась в
НИУ ВШЭ 17 апреля 2012 г.).

Материалы печатаются в авторской редакции

ISBN 978-5-8429-1054-0

© Отделение интегрированных
коммуникаций НИУ ВШЭ,
2012

2. *Johnston J. L.* Branded entertainment: The old is new again and more complicated than ever // *Journal of Sponsorship*, 2010, Vol. 2, No. 2, pp. 170 – 175

3. *Zhang J., Sung Y., Lee W.-N.* To Play or Not to Play: An Exploratory Content Analysis of Branded Entertainment in Facebook // *American Journal of Business*, 2010, Vol. 25, Iss.: 1, pp. 53-64

4. *Yao Y.* The Next Big Thing in Brand Communication [Электронный ресурс] // *BrandChannel: Research and Analysis*, 2009. – URL: http://www.brandchannel.com/papers_review.asp?id=1322 (Проверено на 30.03.2012)

Карастелев Владимир Евгеньевич

факультет прикладной политологии, аспирант
(ВШЭ НИУ)

ОБЩЕСТВЕННОЕ УПРАВЛЕНИЕ КАПИТАЛИЗАЦИЕЙ РЕПУТАЦИИ КАК ЭФФЕКТИВНАЯ ФОРМА ОРГАНИЗАЦИИ ГРАЖДАНСКОГО УЧАСТИЯ

Введение

Репутация и работа с ней в контексте управления социальными активами все больше будоражит человеческие умы, особенно менеджеров, финансистов, пиарменеджеров, политиков. Незря процветают такие направления как имиджмейкерство, а репутационный менеджмент прямо ориентирован на то, чтобы "создать комплекс взаимоотношений, действий, которые повлияли бы на создание целевых аудиторий, например, убедили бы читателей и зрителей в том, что орган государственной власти, руководитель этого

органа или какой-либо актер наилучшим образом соответствует занимаемому им месту" [Зарубин, Вагин, 2007, с.9].

Однако, здесь работа с репутацией ведется со стороны самого актора и/или группы его поддержки и обычно связана с публичными или желательными быть таковыми фигурами. Также важна установка на получение позитивного результата, будь то интерес и известность у целевой аудитории, рост доверия, упоминаемость в медиа.

Нас же интересуют как раз те, кто не только не хочет, но и всеми силами старается спрятаться в тень. Как правильно подмечают культурологи "... за человеком Запада зорко следит общество. Оценивает значимые аспекты его поведения, не дает шагу ступить "не так" без репутационных издержек." [Яковенко, 2011, с.301]. В России подобная культура вызывает пока отторжение.

Кроме того, в фокусе нашего внимания процессы внешнего влияния на репутационный капитал со стороны публики, а точнее, гражданских организаций через социальные сети и другие интернет-ресурсы. В целом, идея влиять на власть, не беря ее, не является чем-то новым [Holloway, 2002], однако, теперь она реализуется на новой технологической платформе [Pisci, 2011] и в другой ситуации [Mathews, 1999].

Для визуализации темы данной статьи необходимо представить четыре уровня, каждый из которых является рефлексивным по отношению к нижележащему. Итак, на первом уровне у нас будут находиться поступки исполнителей, на втором их репутация, на третьем капитализация, и, наконец, на четвертом управление.

Требования первого уровня состоят в том, чтобы из всего массива поступков выделить только те, которые способствовали или

противодействовали движению в контексте демократического развития. Причем здесь важна доказательная база, которая также должна быть представлена, чтобы любой пользователь мог убедиться в достоверности фактов.

Требования второго уровня состоят, прежде всего, в том, чтобы превратить описание поступка в биографический факт репутации. Это достигается публичным форматом информации и впечатлительностью гражданского стейкхолдера (иначе он не стейкхолдер)¹⁰. Необходимо также учесть, что репутация организации, которая занимается данной технологией, должна быть безупречной, иначе никакого доверия не будет.

Требования третьего уровня состоят в том, чтобы поддаться операции отнесения репутации к дискредитирующим или, наоборот, достойным поступкам, присвоение рейтинга (+1 или -1), а также суммирования рейтингов - своеобразная копировка, если использовать язык рынка.

Четвертый уровень требует управленческих действий в отношении результатов полученных на предыдущих уровнях. В операциональном плане это может означать распространение информации в медиа и социальных сетях, пресс-конференции, письма, адресованные упоминаемым в рейтинге лицам и их руководителям, разнообразие акций, например, вручение анти-премии "Золотая кувалда"[Начальнику..., 2011]. Освещение судебных процессов в связи с исками со стороны упоминаемых исполнителей к публикаторам является показательной формой значимости подобных технологий.

¹⁰ Стейкхолдер - заинтересованный участник (группа влияния) процесса, держатель важного ресурса, оказывающий существенное влияние на деятельность, в данном случае, осуществляет практическое влияние на принятие и реализацию политико-управленческих решений.

Правовые основания для влияния на деятельность представителей государства представляются и целый ряд законодательных актов и правоприменительная практика в России.

Так, например, в статье 9 Закона РФ "О полиции", принятого в 2011г., прямо говорится об образовании общественных советов и осуществлении общественного контроля за полицией, а также о том, что "общественное мнение является одним из основных критериев официальной оценки деятельности полиции" [Федеральный закон, 2011, с.8]. Еще раньше был принят закон "Об общественном контроле ..." [Федеральный закон, 2008], на основании которого были созданы, и в ряде регионов эффективно функционируют общественные наблюдательные комиссии, которые также начинают оказывать свое влияние, используя репутацию исполнителей в качестве объекта.

Репутация исполнителей - как ресурс гражданского действия. Примеры.

Существует, по крайней мере, три типа ресурсов, которые так или иначе сфокусированы на репутации: справочно-энциклопедический, реактивный и проактивный.

Справочно-энциклопедический тип ресурсов является самым распространённым, как правило, достоверным, существующим как в электронном, так и в печатном виде. В качестве примера можно указать на "Просопограф" (<http://www.ranotama.ru/info/proso.html>, см. также <http://www.reorles.ru/>), как на широкую по охвату компьютерную систему биографических справок об общественных деятелях России и стран бывшего СССР. Ввод информации в базу данных ведется с ноября 1992 года и содержит информацию о

десятках тысяч персоналий. Система является платной, а потому недоступной основной массе пользователей, впрочем, по наиболее ярким фигурам справочно-биографическую информацию можно найти на других ресурсах, таких как "Антикомпромат" (публичная интернет-библиотека Владимира Прибыловского <http://www.anticompromat.org/>). Там же можно найти подборку информации по персоналиям из публикаций в СМИ. Печатные варианты разного рода справочников о политических деятелях часто полуофициально оплачены со стороны упоминаемых лиц, а поэтому за "отлакированным" фасадом не удастся увидеть подлинность реальной фигуры.

В качестве примера реактивного отношения можно привести портал о неординарных случаях в медицинской практике "Антидоктор" (Видиши врача в истории! <http://www.anti-dostop.ru/>) - достаточно популярный ресурс, который предоставляет возможность разместить и обсудить без цензуры свои личные истории взаимоотношений с системой здравоохранения, как положительные, так и отрицательные. Все истории написаны пользователями сайта и являются их отзывами (личным мнением) о больнице, враче или ситуации. Администрация сайта не несет ответственности за правдивость описанных в истории событий. Поскольку пользователи анонимны, а истории не проверяются и не облекаются в документальную форму, то и доверие к подобным текстам небольшое, однако статистика по "неординарным" случаям структурирована по городам, больницам, врачам, видам ситуаций представляется весьма полезной прежде всего для самих пользователей, представляя возможность "излить душу" или получить полезную информацию.

В качестве проактивного типа ресурсов, что нас интересует больше всего, рассмотрим несколько примеров. Всероссийская

коалиция "За демократическую альтернативную гражданскую службу" в 2003 г. учредила антипремию "Золотая кувалда" [История... 2008], которая вручалась чиновникам и военным, тем, кто больше всех "отличился" своим обманом, жестокостью или глупостью по отношению к призванным. "Кувалда", как символ тупости, особенно когда она вручалась на региональном уровне, способствовала привлечению общественного внимания к "героям" и оказывала позитивное влияние на изменение поведения фигуранта. Либо его на его руководство, одного военкома даже по-тихому сняли с должности. Первая «Кувалда» досталась заместителю начальника 2-го отдела Пермского областного военкомата подполковнику Сергею Самарханову, который переупутал в документах фамилию призванного. Прибыв в часть, юноша заявил: я не Иванов, а Сидоров. В итоге боец был отправлен на психиатрическое освидетельствование [Дело..., 2004]. В 2004 г. один из лауреатов антипремии, губернатор Калининградской области Владимир Егоров даже подал в суд на региональную организацию "Солдатские матери", но в кассационной инстанции свой иск отозвал, видимо, понимая, что даже выигранный судебный процесс будет работать против его репутации. В то же время, когда "кувалда" стала вручаться военным на федеральном уровне эффективность резко упала, как со стороны журналистов, так и со стороны неправительственных организаций. И пока все факты указывают на то, что в этих случаях анти-премия не оказала влияния на деятельность ответственного военного.

В 2009г. сотрудники автономной некоммерческой организации "Новороссийский комитет по правам человека" (НКПЧ) на своем сайте (<http://komitet23.org/>) сделали два раздела "Кадровый кадастр" и "Кадастр учреждений" [Флорин, 2009а]. В первом разделе перечисляются фамилии, должности и конкретные

поступки исполнителей, которые выходили за рамки закона или морали, либо, наоборот, способствовали общественному благу. Во втором разделе позитивные и негативные поступки сотрудников складываются в рейтинги организаций. Существует два типа оснований для помещения в список: официальные документы и моральная ответственность. Что касается первого типа, то здесь используют, как правило, материалы официальных писем, судебных решений, рекомендаций международных органов. Например, в 2007 году начальник Управления по делам некоммерческих организаций Федеральной регистрационной службы Александр Степанов неправоммерно отказал в регистрации эмблемы общественной организации, которая, по его словам, оскорбляет нравственные чувства граждан. Позднее эмблема была зарегистрирована, хотя сам чиновник за неправоммерно принятое решение наказания не понес и продолжал трудиться на ниве госслужбы. По всему возможному спектру дел на сайте выложены подтверждающие документы. Второй тип оснований - ответственность, которая должна была быть проявлена должностным лицом по защите конституционных положений или выполнения международных актов. Здесь пока невозможно применить практику судебных решений ввиду высокого должностного положения, поскольку суды отказываются рассматривать подобные дела ввиду их политической мотивированности. Например, по региональным телевизионным каналам в Краснодарском крае были многократно показаны фильмы "Турецкий марш" и "Пока гром не грянет", которые сделаны по заказу Администрации края в стиле геббельсовской пропаганды, отгугленно объявляющей целие народы врагами России. В судебном разбирательстве по факту распространения этих фильмов было отказано ввиду отсутствия доказательств у потерпевших, т.е. суд

безоговорочно занял позицию губернатора, который инициировал беспрецедентную кампанию ксенофобии по отношению к нерусским народам. В 2002г. на совещании в г.Абинске, посвященном гармонизации межэтнических отношений, г-н Ткачев заявил, что «определить, законный мигрант или незаконный, можно по фамилии, точнее по ее окончанию. Фамилии, оканчивающиеся на «ян», «дзев», «швили», «оглы», незаконные, так же как и их носители» [Белеров, 2002]. Лишь 6 февраля 2011 г. в передаче Владимира Познера Ткачев признал, что он «поддался многим эмоциям» и «это была глупость» [Ткачев, 2011].

В целом в "Кадровом кадастре" появились 35 человек с негативной квалификацией их поступков и восемь человек с позитивной. В "Кадастре учреждений" список из 23 организаций, как правило, расположенных в Краснодарском крае, но есть также и министр, а также организации из Республики Адыгея.

Влияние репутационной квалификации

Как сообщает сотрудник НКПЧ, работники правоохранительных органов в г.Новороссийске уже проявляют интерес к появлению фамилий и поступков своих коллег, поэтому при встрече с представителями Новороссийского комитета по правам человека, уточняют, будут ли их поступки отражены в кадастре или нет.

Сразу же после начала проекта организаторы получили судебную повестку [Флорин, 2009б]. Обращение в суд последовало со стороны упомянутого в кадастре директора местной газеты, в отношении которого прокуратура установила факт нарушения закона в части несвоевременности ответов на письменные обращения. В

своем исковом заявлении директор газеты требовал убрать упоминание его с "доски позора", как он назвал кадровый кадастр [Светова, 2009].

Таким образом, публикация проверенной информации в кадровом кадастре получила свой отклик как со стороны медиа, так и со стороны упомянутых там персон. Размещая достоверные данные и группируя их по исполнителям и учреждениям, производится символическая капитализация репутации со стороны общественной организации. И этот символизм определяется во вполне конкретный рейтинг, который пока оказывает влияние именно на самого актора, а не на его учреждение. Здесь важно различать, что квалифицируется поступок или действие (бездействие), а не сам человек. Тем самым дается возможность совершить позитивный поступок или хотя бы не воспроизводить недостойные и незаконные поступки в будущем.

Другим важным моментом является внимание к самому низовому звену исполнителей от секретарей и охранников до участковых и следователей. Поскольку сегодня они подчиненные, а завтра будут руководителями. Многие из кадастра впервые появились в интернете именно благодаря этому проекту.

Заключение

Ключевой гипотезой является тезис о том, что деятельность гражданских стейкхолдеров по управлению капитализацией репутации через социальные сети даже для непубличных фигур в России будет иметь все возрастающее значение, и такие процессы можно и нужно исследовать.

Таким образом, новая гражданская технология, которая должна производить капитализацию репутации исполнителей, должна

базируясь на проверенных фактах, ориентироваться на долгосрочность и публичность, быть простой в реализации и не затратной в обслуживании, носить региональный характер, а реализующая технологично неправительственная организация (или конкретное физическое лицо), сама должна иметь хорошую репутацию и должна быть готовой отстаивать свою позицию в российских судах, что, правда, весьма затруднительно ввиду ангажированности последних. Кроме того, в условиях безвыходности перед правовым произволом, у граждан резко сужается набор возможностей влияния на чиновников, особенно это касается удаленных от центра и городов мест. Тем не менее, даже представленный выше опыт показывает, что реализация подобных технологичных возможностей и дает положительный эффект. Надо понимать, что существующая власть не только полагает, но и активно ищет исполнителей, готовых осуществлять вилправовые и репрессивные действия, поэтому вдвойне важно создание эффективных гражданских технологий по профилактике и искоренению подобного.

Литература

1. Федеральный закон от 7 февраля 2011 г. №3-ФЗ "О полиции" // Все о полиции. - М.: Мартин, 2011.
2. Федеральный закон от 10 июня 2008 г. № 76-ФЗ "Об общественном контроле за обеспечением прав человека в местах принудительного содержания и содействия лицам, находящимся в местах принудительного содержания"
3. Бедеров И. Незаконная фамилия // Новая газета. - 2002. - 11 июля. URL: <http://www.novgaz.ru/data/2002/49/00.html>.
4. Дело о Золотой Кувалде // http://www.gazeta.ru/2004/12/14/oa_142542.shtml, 14 декабря 2004г.

5. Зарубин А., Вагин В. 2007 Репутация - капитал личности, - М.: АПРИКОМ.
6. История антиприза "Золотая кувалда" // <http://www.apru-ru.ru/article/2817.html>, 2008г.
7. Начальник ГОМУ Генштаба ВС РФ Василий Смирнов стал дважды кувалдоносцем // <http://hro.org/node/10606>, 25 марта 2011г.
8. Светова З. 2009 За «чиновника» ответишь! - Новые известия. 23 сент. 2009. <http://www.newizv.ru/accidents/2009-09-23/114815-za-chinovnika-otvetish.html>
9. Трачев А. оценивает ход подготовки к Олимпиаде в Сочи на четыре с минусом // <http://www.lv.lv/rf/rozhev/urusk/06.02.2011>, 6 февраля 2011г.
10. Флорин Д. 2009 а В Новороссийске создан публичный "кадровый кадастр" местных чиновников с данными о нарушениях прав человека Доступ <http://www.kavkaz-uzel.ru/articles/157121>
11. Флорин Д. 2009 б Суд Новороссийска отказал директору МУП в иске против правозащитников
12. Яковенко И.Г. 2011 Россия и репрессия: репрессивная компонента отечественной культуры. - М.: Новый хронограф.
13. Holloway J. 2002 Change the World Without Taking Power. <http://ibcom.org/libgatu/change-world-without-taking-power-john-holloway>
14. Mathews, D. 1999. Politics for People. University of Illinois Press.
15. Ricci, L. 2011. Reputation-Based Governance. Stanford, CA: Stanford University Press.