

К ВОПРОСУ О ПОНИМАНИИ GR-КОММУНИКАЦИЙ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ПОЛИТИКО- КОММУНИКАТИВНЫМИ ПРОЦЕССАМИ

.....

К. А. Крайнова¹

Статья посвящена анализу понятия GR-коммуникаций в политическом пространстве. Появившись в западной политологии, GR-коммуникации активно применяются в российской политической практике. Тем временем вопрос о политологическом понимании GR в отечественной науке остается открытым.

Ключевые слова: GR-коммуникации, PR-коммуникации, лоббизм, управление, публичная политика.

The goal of the article is analysis of concept of GR-communications in politics. GR-communications are appeared in the western political science and are actively applied in the Russian political practice. Meanwhile the question on politological understanding GR in a domestic science remains opened.

Key words: GR-communications, PR-communications, lobbying, administration, public policy.

Рассмотрение политики как способа самоорганизации общества посредством власти формирует ряд проблемных вопросов, среди которых актуален характер взаимодействия структур власти и гражданского общества. Значение информации и коммуникации трудно переоценить: информационные каналы, пронизывая все структуры общества, определенным образом организуют его, соединяют разные уровни политической системы, позволяют выполнять политическим институтам свои специфические функции. Эффективное управление политико-коммуникативными процессами упорядочивает политическую структуру и обеспечивает поддержание государственного режима.

Политические коммуникации функционируют в определенных условиях, которые обусловлены особенностями сложившихся политических отношений. Анализ политической ситуации в современной России показывает, что многие вопросы переведены из публичной практики в область теневых

¹ Крайнова Кира Анатольевна – соискатель кафедры социально-политических теорий Ярославского государственного университета им. П.Г. Демидова. Эл. почта: kira_krainova@mail.ru

коммуникаций, что позволяет решать многие вопросы политической жизни без учета мнения общества. На публичный суд общественности выносятся уже готовые решения, принятые властью наверху. Разрыв между действительностью и искусственно создаваемой политической картиной реальности рождает имитационность, театральность современного политического процесса. Параллельно в политологии, сначала в области практического применения, а затем и в теории, для характеристики взаимодействия власти и общества стало активно использоваться понятие GR-коммуникаций. Понятие «коммуникации» в широком смысле означает обмен информацией (от лат. связывать, объединять, сообщать). GR (англ. *government relations*) дословно переводится «связи с органами власти» или «правительственные связи».

Актуальность управления политико-коммуникативными процессами в современной России требует более подробного изучения данного феномена. Проникновение термина «коммуникация» в политическую науку обусловлено демократизацией политических процессов в мире во второй половине XX в., возникновением и возрастанием роли новых информационных технологий, а также развитием кибернетической теории. Во многом благодаря кибернетике термин «коммуникация», прежде употреблявшийся в точных науках, приобрел междисциплинарный характер, получив широкое распространение в различных областях знания, в том числе и в политической науке. Постепенно стало формироваться новое направление политических исследований, которое в России определило различные варианты наименований дисциплины: политической коммуникативистики (А. И. Соловьев, Л. Н. Тимофеева) [13, с. 272; 14, с. 46], коммуникологии (И. П. Яковлев) [16, с. 8], теории коммуникации (М. А. Василик, Г. Г. Почепцов, В. П. Конечная) [8, с. 9; 11 с. 61–93].

Как отмечает доктор политических наук, профессор Л. Н. Тимофеева, предмет политической коммуникативистики являются политические коммуникации или деятельность по созданию и обмену политическими текстами как вербального, так и невербального свойства на различных уровнях общения. Политические коммуникации означают управленческие политические коммуникации, избирательные политические коммуникации, политические PR-коммуникации, политические маркетинговые коммуникации, конфликтные и переговорные политические коммуникации, журналистские политические коммуникации и др.

Можно выделить три основных способа политической коммуникации. Во-первых, коммуникации реализуются с помощью средств массовой информации, в том числе печатных (пресса, книги, афиши) и электронных (радио, телевидение). Во-вторых, коммуникации актуализируются при участии политических организаций, в частности, политических партий. Третий способ политической коммуникации происходит путем неформальных контактов. Кроме трех названных способов можно выделить коммуникации, возникающие в связи с политическими событиями (выборами, референдумами) [6, с. 69–71].

Укрепление властной вертикали в России утвердило государственную и муниципальную власти самыми активными акторами публичной политики. Соответственно управление политическими коммуникациями исходит из приоритета интересов властных структур. С одной стороны, взаимодействие с органами власти осуществляется на открытых коммуникативных площадках — на публичных встречах, в средствах массовой информации и пр. С другой стороны, число участников диалога с властью ограничено, а повестка дня и характер взаимодействия модерируются самой властью.

Политические коммуникации так или иначе затрагивают область взаимодействия с властью — GR-коммуникаций. Данный термин пришел в отечественную науку из западной политологии, на русский язык его часто переводят как связи с правительством, буквально подразумевая отношения с федеральным исполнительным органом власти. Однако GR — это связи не только с правительством, но и с Законодательным собранием — федеральным и региональными, с районным Советом депутатов, главой региона и города, а также с руководством областной организации правящей партии. Понятие «government» в указанном контексте следует переводить не как «правительство», а как «государственная (властная) система управления» в целом, которая включает все ветви государственной и муниципальной власти. Понимание «government» в данном ключе исходит из традиции понимания под правительством всей системы государственного управления.

Понятие «government relations» (GR) возникло по аналогии с «public relations» (PR) — связи с общественностью. В отличие от PR, имеющего более широкую область применения в практике общественных коммуникаций, GR имеет более узкое назначение — выстраивание взаимодействия с властью.

В западной политологии GR рассматривается как технология реализации структурами гражданского общества публичной политики (public policy) и публичного управления (public administration). В отечественной литературе можно выделить два основных подхода к определению природы GR-коммуникаций. Первая точка зрения исходит из определения GR как функции отношений с органами государственной власти. Такой позиции придерживаются И. В. Алешина, Э. В. Кондратьев, Р. Н. Абрамов [2, с. 274; 7 с. 338]. И. В. Алешина, рассматривая основные направления PR-деятельности, отдельно выделяет отношения с государством и местной общественностью, а также акцентирует внимание на том, что государство использует методы и технологии PR в своей деятельности [2, с. 266–278].

Второй подход, напротив, рассматривает GR как область взаимодействия власти с сегментами общества. И. И. Боброва, В. А. Зимин [4, с. 211] актором GR считают орган государственной власти или местного самоуправления, а адресатом — население и отдельные общности. Авторы рассматривают government relations как неотъемлемый элемент целостной системы государственного и муниципального управления. Государственная и муниципальная власть,

обязанная обеспечивать конституционное право граждан на объективную информацию, опирается на службы связей с общественностью, призванные, в свою очередь, обеспечивать систему политического влияния и реализацию в государственной политике принципов свободы и справедливости, формирование цивилизованной GR-платформы в информационной открытости государственных органов [4, с. 211].

Существенная разница данных подходов состоит в различном понимании того, кто является субъектом и объектом GR-коммуникаций. По мнению автора, для решения данной дилеммы закономерно развести оба значения и выделить отдельно GR-коммуникации как связи с органами власти и государственный PR (или управление коммуникациями, информационная политика органов власти). Инициатива GR-коммуникаций исходит от коммерческих и некоммерческих организаций, общественных объединений, движений и ассоциаций как составляющих элементов гражданского общества. Объектом воздействия в данном случае становятся органы государственной и муниципальной властей. Государственный PR, напротив, исходит от органов власти и нацелен на воздействие на общество в целом и отдельного гражданина в частности. Таким образом, под GR-коммуникациями подразумевается политическая деятельность, инициированная коммерческими и некоммерческими организациями, группами давления и другими субъектами политических отношений и направленная на принятие определенных решений органами власти.

Область воздействия субъектов политики на органы власти называют лоббистской деятельностью, поэтому GR часто отождествляют с лоббизмом. В широком (обывательском) смысле под лоббизмом понимают любую деятельность граждан, ассоциаций бизнеса, партий и других организованных групп давления (в том числе и политических) по отстаиванию своих интересов. В рамках этого подхода лоббизм — это не только давление бизнеса, общественных организаций на органы власти, но и деятельность самих субъектов власти, направленная на продвижение своих корпоративных интересов, получение особых властных преференций и т. п. Странники широкого понимания термина считают, что вполне допустимо говорить о лоббизме Президента, Правительства, депутатском лоббизме и т. д. [5, с. 1].

Странники другого подхода полагают, что расширение состава участников лоббистской деятельности лишает понятие присущей ему специфики, делая возможным его применение при описании любого взаимодействия, одной из сторон которого выступает представитель органа государственной власти. Российский ученый А. Автономов предлагает не путать понятия и четко определить термин «лоббизм» как «действие представителей негосударственных организаций в ходе контактов с представителями государственных органов и органов местного самоуправления с целью добиться принятия (или неприятия) органами власти решений в соответствии с интересами специальных

групп, выражаемыми указанными организациями» [1, с. 69–75]. Ученый считает ошибочным зачислять в лоббисты партийные фракции, депутатские группы, государственных должностных лиц и пр.

В любом случае, говоря о лоббизме, в преобладающем большинстве случаев имеют в виду продвижение интересов в органах законодательной, исполнительной власти, а также в Администрации президента, органах власти региона и местного самоуправления. Крайне незначительное число специалистов понимают различия между ними, многие полагают, что эти понятия идентичны (Е. Н. Минченко) [15], по мнению некоторых, одно включает в себя другое (А. Ольшевский, К. Блэк) [3, с. 42; 10, с. 11–23].

Ключевую функцию GR и его отличие от лоббизма определил сопредседатель комитета по Government Relations РАСО И. Минтусов: «Специалисты в области GR — это люди, которые строят мост между властью и бизнесом, для того чтобы по этому мосту могли свободно идти лоббисты с «интересными» предложениями для власти» [15].

Из приведенных определений следует, что GR — это специфический вид политических отношений, связанный с взаимодействием власти и общества в целом и отдельных его сегментов.

Выделим ряд специфических характеристик GR в системе управления политико-коммуникативными процессами.

1. *Взаимодействие предмета и объекта GR-коммуникаций.* Ранее мы разграничили GR от политических коммуникаций органов власти. Между тем в политико-коммуникативном пространстве происходит взаимодействие названных коммуникаций.

Деятельность органов государственной власти затрагивает все стороны жизни общества и потому зависит от работы с общественностью. Специфика работы государственных структур состоит в том, что они призваны отражать интересы страны в целом, всех граждан или значительной их части. Актуальная задача государственного аппарата любой страны — обеспечение вовлеченности граждан в решение проблем общества: обеспечение экономической стабильности, снижение преступности, безработицы, рост уровня жизни населения. Технологии управления политическими коммуникациями органами власти, с одной стороны, служат одним из средств преодоления отчужденности власти и общества, с другой стороны, позволяют создавать позитивный образ действующей власти. В данном случае GR-коммуникации и государственный PR преследуют одну цель: выстроить максимально прозрачные и эффективные отношения власти и НКО, партий, профсоюзов, СМИ, социальных групп.

В России сегодня практически каждый орган государственного управления федерального и регионального уровня, а также местного самоуправления имеет свою службу связей с общественностью, пресс-службу, пресс-секретаря

или ответственного за эту функцию. Данные службы информируют общественность о работе органов государственного управления, представляя новости в СМИ, готовят публичные выступления официальных лиц, организуют проведение круглых столов, форумов, ведут работу с целевыми группами общественности: бизнесом, общественными организациями, лидерами мнений. Для своевременного обнаружения социальных проблем властью создаются консультативные общественные советы, в состав которых входят представители органов власти и общественно-политических организаций.

2. *Каналы коммуникации.* Для влияния на власть структуры гражданского общества используют спектр коммуникаций, которые условно можно подразделить на публичные (посредством СМИ, общественной экспертизы) и непубличные (от коммуникаций с членами исполнительной и представительной власти, лоббирования вплоть до подкупа и шантажа).

GR-коммуникации в большей степени отличает сочетание публичности, открытости и вместе с тем кулуарности и завуалированности. Провести четкую грань между публичностью и кулуарностью зачастую не представляется возможным. Теневая сторона политических коммуникаций — это одновременно и продолжение публичной политики, и самостоятельная сфера, где происходит принятие политических решений. Кроме того, обе составляющие политического процесса взаимно влияют друг на друга. Так, массовая общественная поддержка политического проекта способна повлиять на статус его руководителя среди властной элиты, а объектом коммуникации может стать как публика, так и элитарные группы.

И наконец, в местных сообществах могут существовать структуры неформальной власти, лидеры общественного мнения. Их субъекты имеют влияние на общественное мнение, часто порождают протестное поведение, что чревато непредсказуемыми последствиями. Задача GR по отношению к местному сообществу — поддержание диалога, режима консультаций, в ходе которых должно происходить разъяснение деятельности и планов субъекта коммуникации.

3. *Управление GR-коммуникациями часто граничит и дополняется политическим администрированием.* Одна из технологий GR — наличие в органах власти «опорных» чиновников и депутатов. В GR также используется практика административного воздействия на мнение общественности, СМИ и другие субъекты политики.

4. *Government relations как технология используется в российской практике и имеет свои отличительные характеристики.* Особенность GR-коммуникаций в России заключается в их направленности в сторону органов исполнительной власти. Лидирующие позиции в системе представительства интересов занимает крупное предпринимательство. Другая характеристика — остающаяся исключительно высокой в области GR роль первых лиц — руководителей предприятий и компаний. Это связано как с важностью дан-

ного направления работ, так и с отсутствием квалифицированных кадров топ-менеджеров в области GR.

Таким образом, GR можно рассматривать как специфическую систему политических коммуникаций, с помощью которой осуществляется взаимодействие государства и общества, используются каналы горизонтальной и вертикальной коммуникации, обеспечивается баланс интересов участников политического процесса. Вместе с тем двойственность публичного и теневого в GR-коммуникациях позволяет сравнить GR с айсбергом, где видимая часть — это результат теневого взаимодействия субъектов политики.

Библиографический список

1. Автономов А. С. Лоббизм и политические партии // Представительная власть: мониторинг, анализ, информация. 1995. № 3.
2. Алешина И. В. Паблик рилейшнз для менеджеров: учебник. М.: ИКФ «Экмос», 2002.
3. Блэк К. Конкретный и конкурентный PR. М.: Эксмо, 2004.
4. Боброва И. И. Зимин В. А. Черный PR? Белый GR! Цветной AR: менеджмент информационной культуры. М.: Вершина, 2006.
5. Бятец М. В. Лоббизм в правотворческой деятельности // Правоведение. 1998. № 1.
6. Грачев М. Н. Политическая коммуникация: теоретические концепции, модели, векторы развития. М.: Прометей, 2004.
7. Кондратьев Э. В., Абрамов Р. Н. Связи с общественностью: учеб. пособие для высшей школы. М.: Академический Проект, 2005.
8. Конецкая В. П. Социология коммуникаций. М.: Международный университет бизнеса и управления, 1997.
9. Малинова О. Ю. Трансформация публичной сферы и перспективы гражданского общества в постсоветской России (1980–2000) // В поисках гражданского общества. Новгород: НовГУ, 2008.
10. Ольшевский А. С. Антикризисный PR и консалтинг. СПб.: Питер, 2003.
11. Основы теории коммуникаций/под ред. проф. М. А. Васирика. М.: Гардарики, 2006.
12. Пономарев Н. Ф. Связи с общественностью: социально-психологические аспекты. СПб.: Питер, 2008.
13. Соловьев А. И. Политология. Политическая теория. Политические технологии: учебник для студентов вузов. М.: Аспект Пресс, 2000.
14. Тимофеева Л. Н. Политическая коммуникативистика: проблемы становления // Полис. 2009. № 5.
15. Толстых П. А. Лоббизм, Government Relations (GR) и Public Affairs (PA): к истокам понятий. URL: <http://www.raso.ru/>
16. Яковлев И. П. Ключи к общению. Основы теории коммуникаций. СПб.: Аквалон, Азбука-классика, 2006.