

ПЕРВЫЕ ЛАСТОЧКИ В НЕПРОСТОМ МИРЕ ОБУЧЕНИЯ GR*

А. А. Дегтярёв

МГИМО МИД РФ,
Российская Федерация, 119454, Москва, пр. Вернадского, 76

Рецензируемая работа представляет собой ценное и объемное учебное пособие по Government Relations (GR) в отечественной литературе. Данный учебный материал особенно ценен тем, что включает в себя как теоретическую и методологическую части, так и раздел конкретно-эмпирических и практико-прикладных разработок, что позволяет увязывать теорию и практику, а также рассматривать многие сюжеты на микро- и макроуровнях научного исследования. Также важно, что в создании обновленного учебного пособия принимали участие отечественные и зарубежные авторы, что позволило наполнить работу рядом свежих материалов и глубоких кейсов от практикующих и зарубежных специалистов. Однако в некоторых фрагментах текста можно отметить некоторые неточности. В частности, они затрагивают определение самого предметного поля GR, трактуя сферу GR как «вид PR», хотя оба конструкта входят в границы более обширной сферы PA (public affairs). Более того, можно не согласиться с общим разграничением авторами пособия базовых категорий «GR» и «лоббизм» (и вытекающих различий функций «GR-специалистов» и «лоббистов»), а также с недифференцируемостью понятий «лоббизм» и «лоббирование». В данном пособии не всегда получается достичь состояния междисциплинарного синтеза, поскольку специалисты по теории коммуникации и политологи, которые участвовали в создании данного учебного пособия, представляют разные подходы к рассмотрению лоббизма. Несмотря на некоторое несогласие с позицией авторов учебного пособия в нескольких затронутых вопросах, рецензент полагает, что работа определенно внесет свой вклад в развитие отрасли, а также в процесс вузовской подготовки GR-специалистов нового поколения.

Ключевые слова: лоббизм, лоббирование, GR, связи с общественностью.

Не так давно в свет вышло второе, переработанное и дополненное, издание хорошо известного в нашей стране учебника для вузовской магистратуры «GR и лоббизм: теория и технологии». А его первое издание выходило около пяти лет назад [GR и лоббизм: теория и технологии..., 2016, с. 315], хотя с точки зрения общего хода эволюции этого учебного материала отсчет можно было бы здесь начинать и чуть ранее, с появления «нулевого» пособия [GR: теория и практика..., 2013, с. 180]. И все эти годы оба издания уже активно использовались в вузовском преподавании прикладных курсов по Government Relations (GR) в России. Обновленный вариант учебной публикации был подготовлен

* Рец. на кн.: GR и лоббизм: теория и технологии: учеб. для вузов / В. А. Ачкасова [и др.]; под ред. В. А. Ачкасовой, И. Е. Минтусова, О. Г. Филатовой. 2-е изд. М.: Юрайт, 2021. 438 с.

довольно большим коллективом, включающим как отечественных авторов из Москвы, Санкт-Петербурга и Екатеринбурга, так и зарубежных исследователей из Берлина, Вашингтона и Хельсинки (с. 438). Теперь она сильно пополнилась целой серией свежих материалов, в частности тематической главой об особенностях лоббизма в Германии, заново написанной немецким ученым Г. Кайзером (H. Kayser), а также рядом новых качественных и глубоких кейсов, подготовленных практикующими специалистами (что очень важно для освоения любых прикладных дисциплин) и отражающих весомый опыт их GR-работы в таких компаниях крупного бизнеса, как Google и Bosch.

Рецензируемый учебник состоит из двух крупных тематических разделов, выделение которых обусловлено как практическими проблемами осуществления GR-работы, так и теоретическими проблемами изучения современного лоббизма. Подобный авторский замысел позволяет, с одной стороны, увязывать теорию и практику, фундаментальные и прикладные аспекты осуществления GR и лоббизма, а с другой — рассматривать многие сюжеты и ситуации как бы в различной аналитической оптике, «через микроскоп и в телескоп», т. е. на микро- и макроуровнях научного исследования и их учебного изложения.

В первом разделе «Теория и практика Government Relations (GR)» (темы 1–6) рассматриваемого здесь учебника предпринимается попытка изложить исходные концепты и определить базовые категории GR, разобрать общую структуру всей области GR как взаимодействия социальных субъектов с органами государственной власти. В первую очередь здесь выясняются такие ключевые вопросы, как специфика самой сферы GR, структура взаимоотношений с органами государственной власти (ОГВ), включающая набор их субъектов и объектов, и в том числе так называемых базовых (клиентов как исходных носителей интересов) и технологических (инструментальных представителей этих же интересов).

Авторы уделяют отдельное внимание вначале разграничению самых фундаментальных категорий «отношения с государством (government relations)» и «лоббизм», а потом дальнейшему разбору этого категориального блока понятий, включающего такие англоязычные термины, как «публичные дела» (public affairs), «проблемный менеджмент» (issues management), «публичная поддержка» (public advocacy), и др. Далее дается весьма подробная характеристика различных организационных форм ведения GR-работы (в рамках GR-департаментов корпораций и консалтинговых фирм). Отдельно нужно отметить высокий уровень учебного изложения сложных практических вопросов в темах (темы 1–3), связанных с описанием и определением системы трудовых функций и компетенций в рамках общего комплекса профессиональных квалификаций, на основе серьезного рассмотрения и учета уже наработанного опыта и этических кодексов работы GR-специалистов в России и за рубежом.

В следующем тематическом блоке (темы 4–6) происходит переход к анализу стратегии и тактики ведения GR-работы, выяснению места и роли в ней новых технологий коммуникативного менеджмента. Вначале разбираются уже такие устоявшиеся технологии, как влияние GR-специалистов на лиц, принимающих решения (ЛПР), посредством обосновывающей альтернативные проекты решений аргументации со стороны экспертного сообщества, инструментария кор-

поративной социальной ответственности (КСО), определенной политической поддержки деятельности администраторов и депутатов, и др. и затем уделяется известное внимание и роли так называемых серых и неэтичных технологий. Особую ценность представляют главы по темам 5–6, где читателям предлагаются некоторые оригинальные результаты многолетних наработок Петербургской школы коммуникационного менеджмента. Во-первых, авторы выделяют особую роль сбора и анализа информации в стратегии GR-деятельности, а также подчеркивают значение всего обширного комплекса тактических медиаинструментов традиционных и электронных СМИ при систематическом формировании общественного мнения для оказания через него «опосредованного» влияния на ЛПР, ведущие элитные и бюрократические группировки. Во-вторых, значительное внимание уделено оцениванию места таких возможностей современных средств массовой коммуникации (СМК), как использование в GR-работе многообразных интернет-ресурсов и новых социальных медиа (НСМ), и прежде всего социальных сетей, с их многомиллионными аудиториями и целевыми группами.

А вот второй раздел «Теория и практика лоббизма» (темы 7–13) издания содержит как концептуальную характеристику общей природы лоббизма, так и выявление уже его специфических черт в условиях США и России, Германии, ЕС и др. В стартовой тематической части указанного раздела (темы 7–9) предпринимается попытка описания концептуальных моделей и теоретических подходов для интерпретации лоббизма и лоббистской деятельности, а также анализа хода «частной политики» (*private politics*) корпоративного бизнеса. В этом плане вполне уместным выглядит изложение в теме 7 таких общих теорий политической активности фирмы, как модели рационального выбора, неинституционального контракта, бихевиорализма, так же как и выделение роли плюралистического и корпоративистского подходов наряду с теориями точек доступа, ресурсообмена и сетевого взаимодействия, для анализа национального лоббизма и евролоббизма. Далее следует хорошо выполненная глава, посвященная особенностям законодательного регулирования лоббистской деятельности в России и за рубежом.

К следующему тематическому блоку второго раздела (темы 10–13), завершающему всю анализируемую здесь коллективную работу, относятся учебные и методические материалы, связанные с отдельными регионально-страновыми исследованиями лоббизма (опыта США и России, Германии и ЕС), которые очень ясно и умело проработаны и дают читателям разнообразную и интересную конкретно-эмпирическую информацию о лоббистском опыте отдельных западных стран. И прежде всего это касается тематического блока, связанного с весьма интересным описанием уникальной специфики национального и наднационального уровней лоббирования в институтах Европейского союза. Но не менее интересным является предпринятый также в данном разделе учебника сравнительный анализ функционирования англосаксонской модели лоббизма в США, отражающей наиболее богатый и разносторонний опыт осуществления и регулирования лоббистской деятельности в мире, с типичным опытом работы континентальной модели лоббистской системы, который аккумулирован в главе, посвященной современной Германии.

Вместе с тем стоит здесь, возможно, и чуть поспорить с уважаемыми авторами этого весьма интересного и оригинального учебного издания и тоже добавить некий посильный вклад в данную (актуальную в нашей стране сейчас) полемику, включающую некоторые затронутые вопросы и их дискуссионные постановки. Во-первых, хотелось бы вначале сказать об определении самого предметного поля GR как практической деятельности и прикладной дисциплины. В ряде фрагментов данного текста (с. 23, 42, 436 и т. д.) авторы определяют сферу GR как «вид PR», управленческую коммуникативную деятельность, направленную на создание, поддержание и регуляцию системы взаимодействий социальных субъектов (коммерческих и некоммерческих организаций) с органами публичной власти (госорганами и органами местного самоуправления). Трудно было бы оспаривать саму исходную интерпретацию коллектива авторов современной сферы GR как разновидности коммуникативной и управленческой деятельности, поскольку и автору данной рецензии самому также приходилось об этом не раз писать [Дегтярёв, 2018, с. 170–180]. Но из этой (пока достаточно общей и еще абстрактной) характеристики вовсе не следует отнесение коммуникативной GR-деятельности к частным разновидностям сферы PR. Во-первых, здесь явные отличия имеют доминирующие векторы коммуникации — и в области PR, в основном «сверху вниз», от иницилирующего ее субъекта-коммуниканта к разнообразным общественным сообществам и крупным социальным группам (например, от отдельной бизнес-организации через рекламно-инструментальное посредничество СМК к массовым мишеням-реципиентам потребителей). Тогда как в зоне GR доминируют коммуникационные векторы «снизу вверх», от субъектных коммуникантов, организаций второго (коммерческого) и третьего (общественного, некоммерческого и негосударственного) секторов — к организациям первого (государственного) сектора, которые связаны с профессиональной деятельностью группировок политической элиты и административной бюрократии. Во-вторых, «PR любит шум, тогда как GR любит тишину» (эта «размежевывающая» их фраза озвучена рецензентом еще около десятка лет назад, на заседании GR-секции ежегодной конференции PACO). Другими словами, если в современном PR преобладают способы открытой, публичной и массовой коммуникации, то в GR-работе и лоббистской деятельности доминирующими выступают уже несколько иные способы коммуникационного взаимодействия, при этом гораздо менее открытые, часто непубличные и «теневые», неформальные и неофициальные, которые замыкаются, как правило, на таргетируемых индивидов и их малые группы, которые обладают формальным статусом ЛПП. И, скорее всего поэтому, не GR является частью PR, а вместе они входят в границы еще более обширной сферы PA (public affairs), которую в отечественной литературе нередко переводят как «публичные дела» (к примеру, в образовательных рамках НИУ ВШЭ ее маркируют как «интегрированные коммуникации») и где такие области коммуникаций, как PR и GR, уже достаточно устойчиво утвердились, в весьма авторитетных разработках международного профсообщества, в общем составе сферы PA, наряду с целым рядом иных ее направлений (например, к ним относятся так называемые «отношения с местными сообществами» (community relations) и др.) [Fleisher, 2017, p. 28–29].

Во-вторых, в ряде материалов, представленных в различных темах первого и второго разделов данного учебника, встречаются нередко повторяющиеся, но различающиеся по смыслу и значению или просто противоречащие друг другу положения и выводы (что может затруднить целостное восприятие его общей логики у студентов). Прежде всего это связано как с дублирующими друг друга вариантами определений, так и с общим разграничением самих базовых категорий «GR» и «лоббизм» и далее — с вытекающим отсюда принципиальным различием функций «GR-специалистов» и «лоббистов» как выполняющих общестратегические и тактико-технологические функции в общих процессах осуществления связей негосударственных субъектов с органами публичной и государственной власти. Так, в начальной теме 1 (с. 19–20) утверждается, что если GR-специалисты трудятся внутри структуры клиентской компании (т. е. in house), проводят там долгосрочную и системную работу, ведя аналитический мониторинг и планируя ее GR-стратегию, то лоббисты работают на консалтинговом аутсорсинге (т. е. in out source) и на тех же клиентов, продвигая для них лишь отдельные тактические проекты по краткосрочному и коммерческому найму. Здесь авторы выдвигают даже смелое предположение, что такому GR-специалисту вовсе не нужно знать детали интересующего и продвигаемого госрешения (закона или постановления), так как для реализации этой задачи достаточно лишь подобрать и нанять профессиональных лоббистов (т. е. консалтинговое агентство). Но уже через пару страниц (с. 23) все теми же авторами эти же аутсорсинговые агентства и профессиональные консультанты, будучи идентифицированы вначале как «субъекты лоббизма», уже прямо именуются в качестве и «субъектов GR».

В рамках предложенной конструкции хотелось бы заодно увидеть и авторскую позицию по поводу общеупотребительного в специальной литературе различения категорий «лоббизм» (lobbyism) и «лоббирование» (lobbying) как политико-правового института и *макрополитической подсистемы функционального представительства* частных интересов, с одной стороны, и осуществления *микрополитической активности, форм и методов рентоориентированной лоббистской деятельности*, стратегии и тактики политического поведения лоббистских организаций по *представлению и продвижению интересов* конкретного субъекта (клиента-стейкхолдера) — с другой [Павроз, 2016, с. 23]. И довольно затруднительным было бы попробовать согласиться с авторами темы 8, где эти термины фактически отождествляются и используются как равноправные синонимы в очень широких границах выделяемой там ключевой дефиниции категории «лоббизма» (стр. 202).

Кстати, на протяжении всего текста коллективного труда его авторами неоднократно подчеркивается, что современный анализ сферы GR и лоббизма носит междисциплинарный и межсекторальный характер, поскольку в нем учитываются и используются различные концепты и многообразные знания из политической и экономической наук, теории коммуникаций и общего менеджмента, правоведения, социологии и психологии и др. В то же время подобного и искомого состояния междисциплинарного синтеза достигнуть там пока что не всегда удается (и «синтетичность» восполняется тогда уже «синкретичностью»),

так как в первом разделе учебного курса материал излагается в основном с позиции специалистов по теории коммуникаций, тогда как во втором разделе за дело берутся уже политологи, которые переводят изложение своих воззрений на лоббизм на язык категорий и концептов классической политической науки.

В итоге такого (и, конечно же, весьма общего) рассмотрения следует заметить, что рецензируемая работа представляет собою пока что первый и весьма ценный опыт создания объемного и полновесного учебного пособия по GR в отечественной литературе. А его уже немалая аудитория читателей, к которой можно отнести специализирующихся студентов GR-магистратур и профильных преподавателей российских вузов, получает в руки добротный учебный и методический материал, который включает в себя как собственно теоретическое и методологическое содержание учебника, так и целый ряд конкретно-эмпирических и практико-прикладных разработок. В рамках представленного учебника можно также найти удачно встроенный в него целый методический комплекс, включающий в себя такие важные рубрики, как «История вопроса» и «Исторический экскурс», «Мнение специалиста» и «Пример из практики», далее — «Ситуационные задания» и «Контрольные вопросы» и пр. из сопровождающего все учебные темы отдельного практикума, так же как и весьма полезные для будущих профессионалов официальные документы (в том числе здесь впервые открыто публикуемый российский проект профессионального стандарта GR-специалиста) в приложениях, которыми завершается основной текст. И все это, несомненно, будет активно задействовано профильными преподавателями в процессе вузовской подготовки GR-специалистов нового поколения.

Литература

Дегтярёв А. А. Современный GR-менеджмент как сфера межсекторального управления // Предметное поле экономической политологии / под ред. Л. Е. Ильичевой, В. С. Комаровского. М.: Аспект Пресс, 2018. С. 170–180.

Павроз А. В. Лоббизм: институциональные основания и практики политического влияния в демократических обществах. СПб.: РХГА, 2016. 172 с.

GR и лоббизм: теория и технологии: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / под ред. В. А. Ачкасовой, И. Е. Минтусова, О. Г. Филатовой. М.: Юрайт, 2016. 315 с.

GR: теория и практика: учеб. пособие / под ред. И. Е. Минтусова, О. Г. Филатовой. СПб.: СПбГУ, 2013. 180 с.

Fleisher C. S. Corporate Public Affairs: Revising the Development of the Field // The SAGE Handbook of International Corporate and Public Affairs / ed. by Ph. Harris, C. S. Fleisher. London: Sage Publications, 2017. P. 28–29.

Дегтярёв Андрей Алексеевич — канд. филос. наук, доц.; andrew.a.degtyarev@gmail.com

Статья поступила в редакцию: 8 января 2023 г.;

рекомендована к печати: 7 марта 2023 г.

Для цитирования: Дегтярёв А. А. Первые ласточки в непростом мире обучения GR // Политическая экспертиза: ПОЛИТЭКС. 2023. Т. 19, № 2. С. 349–355. <https://doi.org/10.21638/spbu23.2023.213>

THE FIRST SWALLOWS IN THE DIFFICULT WORLD OF LEARNING GR*

Andrey A. Degtyarev

MGIMO University,

76, pr. Vernadskogo, Moscow, 119454, Russian Federation; andrew.a.degtyarev@gmail.com

The reviewed work is a valuable and vast textbook on GR in our domestic literature. This methodological material is especially valuable because it includes both theoretical and methodological parts, as well as a section of concrete empirical and practically applied developments, which allows linking theory and practice, as well as considering many subjects at the micro- and macro-levels of scientific research. It is also important that domestic and foreign authors took part in the creation of the updated textbook, which made it possible to fill the work with a number of fresh materials and in-depth cases from practicing foreign specialists. However, some inaccuracies can be noted in some fragments of the text. In particular, they affect the definition of the GR subject field itself, defining the GR sphere as a “kind of PR”, although both constructs fall within the boundaries of the broader PA (public affairs) sphere. Moreover, it is possible to disagree with the general differentiation of the basic categories of “GR” and “lobbying” (and the resulting distinctions of the functions of “GR specialists” and “lobbyists”), as well as the differentiation of the concepts of “lobbyism” and “lobbying”. In this manual, it is not always possible to achieve a state of interdisciplinary synthesis, since specialists in communication theory and political scientists who participated in the creation of this textbook present different approaches to the consideration of lobbying. Despite some disagreement with the position of the authors in several of the issues raised, the reviewed work will definitely contribute to the development of the industry, as well as to the process of university training of GR-specialists of a new generation.

Keywords: lobbying, lobbyism, government relations, public relations, public affairs.

References

Degtyarev A. A. Modern GR-management as a sphere of intersectoral management, in: *The subject field of economic political science*, ed. by L. E. Ilyicheva, V. S. Komarovskiy. Moscow: Aspect Press Publ., 2018, pp. 170–180. (In Russian)

Fleisher C. S. Corporate Public Affairs: Revising the Development of the Field, in: *The SAGE Handbook of International Corporate and Public Affairs*, ed. by Ph. Harris, C. S. Fleisher. London: Sage Publications, 2017, pp. 28–29.

GR and lobbying: theory and technology: textbook and workshop for undergraduate and graduate studies, ed. by V. A. Achkasova, I. E. Mintusova, O. G. Filatova. Moscow: Iurait Publ., 2016. 315 p. (In Russian)

GR: theory and practice: textbook, ed. by I. E. Mintusov, O. G. Filatova. St. Petersburg: St. Petersburg University Press, 2013. 180 p. (In Russian)

Pavroz A. V. *Lobbying: institutional foundations and practices of political influence in democratic societies*. St. Petersburg: RKhGA Publ., 2016. 172 p. (In Russian)

Received: January 8, 2023

Accepted: March 7, 2023

For citation: Degtyarev A. A. The first swallows in the difficult world of learning GR. *Political Expertise: POLITEX*, 2023, vol. 19, no. 2, pp. 349–355. <https://doi.org/10.21638/spbu23.2023.213> (In Russian)

* [Book review] GR and Lobbying: Theory and Technology: Textbook for Universities, V. A. Achkasova [et al.]; ed. by V. A. Achkasova, I. E. Mintusov, O. G. Filatova. 2nd ed. Moscow: Iurait Publ., 2021. 438 p.