

Секция «Феномен политического знания в современную эпоху: от прошлого к будущему»

GR-коммуникации: исследование в призме бихевиорального подхода

Научный руководитель – Зазнаев Олег Иванович

Закиров Айдар Робертович

Кандидат наук

Казанский (Приволжский) федеральный университет, Институт социально-философских наук и массовых коммуникаций, Казань, Россия

E-mail: RedTrot@list.ru

Феномен GR, включающий в себя такие компоненты, как взаимодействие с властью, коммуникационные технологии и стратегии, интересы бизнес-акторов, относится к той категории, выделить особенности которой в рамках одного теоретического подхода видится неполным. Можно выделить ряд теоретических подходов, в рамках которых анализируется GR, выявляются причины осуществления бизнес-акторами взаимоотношений с органами государственной власти, а также производится попытка выделить методы осуществления данных взаимоотношений.

Вследствие новизны самого феномена GR для отечественной практики общественных отношений в политологии отсутствует однозначный подход в его исследовании. Например, неинституциональный подход рассматривает институты правительства, политических партий, социальных и бизнес организаций, а также их взаимоотношения как основные элементы политического развития общества. Дополнять и раскрывать особенности и характерные черты GR помогают теории групп интересов, общественного выбора, ресурсной зависимости, а также теория принципал-агента. Однако исследование GR видится также и в рамках поведенческого подхода. Благодаря ему стремятся объяснить поведение бизнес-акторов исходя из поступающих стимулов и определенной реакции, зависящей от внутрикorporативных характеристик.

Основы бихевиорального подхода в изучении политики были заложены представителями Чикагской школы позитивизма Ч. Мерриамом в работе «Новые аспекты политики» и Г. Лассуэлом «Кто что получает, когда и как». Они определяли бихевиорализм как подход в политологии, направленный на изучение поведения, действий и поступков акторов в политической системе [n1]. Благодаря изучению поведения, в частности внутренних стимулов к определенной реакции, удается выявлять внутренние предпосылки, детерминирующие участие социальных акторов в политической жизни.

Развивая идеи Г. Лассуэла, Р.М. Кайерт и Дж. Г. Марч применили бихевиоральный подход для изучения поведения бизнес-акторов [n2]. Согласно бихевиоральному подходу структурная организация и поведенческая практика бизнес-акторов детерминируют достижение поставленных целей, экономические ожидания и выбор альтернативных путей развития. Такие характеристики, как структура, имеющиеся ресурсы, корпоративный порядок и исторические традиции бизнес-актора влияют на интерпретацию внешних стимулов и определяют соответствующую реакцию на них.

В дальнейшем бихевиоральный подход был использован Р.А. Байером, Р.Г. Куком, А. Хиллманом для исследования мотивации бизнес-структур к политическому участию и их способности к рациональному действию в политической сфере [n3]. В рамках данного подхода было определено, что бизнес-акторы анализируют внешние стимулы с последующим выбором соответствующей стратегии по взаимодействию с государственными структурами. Основой для анализа внешних стимулов выступают размеры и возраст бизнес-структуры, ее исторические внутрикorporативные традиции, опыт руководителей, структурная организация. В частности, в современных бизнес-структурах значительную роль

приобретают GR-департаменты, специализирующиеся на взаимодействии с органами государственной власти. В рамках бихевиорального подхода данные характеристики бизнес-актора определяют сильные и слабые стороны процесса принятия решений в сфере организации взаимодействия с властью. Например, по мнению А.Р. Вининга и Д.М. Шапиро, при неэффективном поведении менеджеров бизнес-структуры могут возникать трудности при взаимодействии с властью [п4]. В данном случае подразумевается эффективная организация GR-департаментом взаимоотношений не только с органами государственной власти, но также и стабильные внутрикорпоративные отношения. Последствием таких трудностей становятся внутрикорпоративные конфликты, ведущие к кризису политики бизнес-актора во взаимоотношениях с властью [п4].

В рамках поведенческого подхода к изучению взаимодействия бизнес-структур с властью GR рассматривается как ответная реакция со стороны бизнеса на вмешательство государственной политики в экономическую сферу общественной жизнедеятельности. Изучение взаимодействий бизнес-структур с властью в рамках бихевиорального подхода позволяет нам рассматривать их как взаимосвязь ряда внутренних характеристик бизнес-акторов с их деятельностью в политической сфере. Данная деятельность выражается в формировании GR-стратегий, в основе которых лежит реакция на внешние стимулы с учетом особенностей внутрикорпоративной структуры, традиций и опыта бизнес-актора. В тоже время бихевиоральный подход обладает рядом недостатков в исследовании GR. Он не позволяет выявить методы осуществления взаимодействия с органами власти, раскрыть их содержание и характеристики.

Источники и литература

- 1) Алексеева Т.А. Современные политические теории: Опыт запада. М.: РОССПЭН, 2000. С. 83
- 2) Argote L. A behavioral theory of the firm – 40 years and counting: introduction and impact. Organization science. 2007. № 3. P. 337-349
- 3) Getz K.A. Public affairs and political strategy: theoretical foundations. Journal of public affairs. 2002. № 4. P. 316
- 4) Vining A. R. Building the firm's political lobbying strategy. Journal of Public Affairs. 2008. №10. P. 159