

Филатова Ольга Георгиевна,
кандидат филос. наук, доцент
Кафедра связей с общественностью в политике
и государственном управлении
Реклама и связи с общественностью, очная форма, 4 курс
5 семестр
2015-2016 уч. г.

GR И ЛОББИЗМ. ИСКУССТВО ВЛИЯНИЯ

Спецкурс

В последние годы отмечается устойчивый тренд на формирование отдельной суботрасли PR — Government Relations. В наборе эффективных методик GR особе место занимают непосредственное взаимодействие с представителями власти и участие в обсуждении органами государственной власти интересующих бизнес вопросов. Сюда относятся методики реализации программ корпоративной социальной ответственности, политический фандрайзинг и спонсорские программы, участие в экспертных советах и подобные мероприятия. GR-специалисты, как правило, в совершенстве владеют коммуникативными инструментами и искусством влияния, умело вписывая проблемы своего бизнеса в повестку дня властных структур. Новые возможности для GR-коммуникаций и в зарубежной и российской практике связаны с инновационными технологиями взаимодействия с властью в современных условиях развития интернета и мобильных коммуникаций.

Government Relations определяется как многоаспектная (прежде всего — коммуникативная) деятельность негосударственных структур, направленная на осуществление взаимодействия с органами государственной власти.

Следует разграничивать понятие «GR» и близкое по смыслу и содержанию понятие «лоббизм». Под Government Relations понимаются отношения социальных субъектов с органами государственной власти, а под лоббизмом — решения тех или иных вопросов в интересах заинтересованных групп в государственных органах власти на основе знания процедур принятия решений последними. Специалисты в области Government Relations представляются создателями моста между властью и бизнесом, которым могут воспользоваться лоббисты для решения своих вопросов с властью. Лоббисты владеют теорией принятия решений в различных властных структурах и знают конкретные процедуры принятия решений на том или ином уровне государственной власти. GR-деятельность предполагает, прежде всего, умение выстраивать доверительные отношения с властью с помощью коммуникативных технологий. Таким образом, лоббизм и GR, будучи смежными понятиями, не являются тождественными. Последовательное выстраивание эффективной GR-коммуникации с органами государственной власти отличается от кулуарного лоббизма в первую очередь своей открытостью.

GR и лоббизм — явления, хотя и находящиеся в правовом поле, но практически всегда пограничные, балансирующие между открытостью и закрытостью, интересами частными и общественными. И пока еще не во всех странах стали прозрачным и полностью понятным видом профессиональной деятельности. Тем не менее, востребованность GR-специалистов и лоббистов как в бизнес-структурах, так и в сфере некоммерческих организаций растет. В США и

Европейском Союзе накоплен в целом значительный опыт взаимодействия бизнеса, гражданского общества и власти, довольно давно сложились кодексы профессиональной этики. Поэтому GR и лоббизм несомненно интересны для изучения в рамках спецкурса для будущих магистров в области связей с органами государственной власти.

Авторские публикации по теме спецкурса

1. GR: теория и практика: учебник / под ред. И.Е. Минтусова, О.Г. Филатовой. – СПб.: Изд-во С.Петербур.ун-та, 2013.
2. Филатова О.Г., Чугунов А.Ю. Электронное взаимодействие между обществом и властью: формирование концепции и практика реализации в России // Управленческое консультирование. 2013. 2013. №8 (56). С. 57-68.
3. Филатова О.Г. GR в Интернете: взаимодействие органов власти, населения и бизнеса в пространстве Веб 2.0. // Научные труды Северо-Западного института РАНХ и ГС. СПб.: Изд-во СЗИ РАНХ и ГС, Т. 3. Вып.1(5) 2012. с. 417-425.
4. Филатова О.Г. Взаимодействие представителей органов исполнительной власти с общественностью в современной интернет-среде: региональный аспект // PR в изменяющемся мире: региональный аспект. Сборник статей. Вып 9. / Под ред. М.В. Гундарина, А. Г. Сидоровой, Ю. В. Явинской. - Барнаул: изд-во Алт. ун-та, 2012. С. 72-82.
5. Филатова О.Г. Краудсорсинговые проекты: эффективное взаимодействие власти и населения «открытого государства» // Актуальные проблемы связей с общественностью в деятельности органов государственной власти и местного самоуправления. Сборник научных статей / под. ред. С.Ю. Чимарова, Г.С. Мельник, Т.Г. Рябовой; Сев.-Зап. ин-т упр. – СПб.: СЗИУ РАНХиГС, 2012. С.206-214.
6. Минтусов И.Е., Филатова О.Г. Концепции корпоративной социальной ответственности и корпоративного гражданства в политической перспективе: российский аспект // Корпоративная социальная ответственность: экономические модели – мораль – успех – устойчивое развитие» / под ред. А.Крылова. Берлин: Вест-Ост Ин-т, 2013. С. 324-327.
7. Быков И. А., Дорский А. Ю., Филатова О.Г. Government Relations Санкт-Петербурге: первые итоги исследования // ПОЛИТЭК. 2014. Т. 9. N 3. С. 252-262 .

План лекций

Тема 1. CR и лоббизм: основные концепции и подходы. Смежные понятия.

Тема 2. Объекты лоббистской и GR-деятельности. Типология GR и лоббизма

Тема 3. Законодательное регулирование лоббистской деятельности. Национальная и региональная специфика.

Тема 4. Основные технологии GR. Реализация программ корпоративной социальной ответственности, политический фандрайзинг и спонсорские программы, участие в экспертных советах и т.д.

Тема 5. Основные технологии лоббизма. Технологии гражданского лоббизма.

Тема 6. Общественные организации как инструмент донесения позиции бизнеса до политических стейкхолдеров. РСПП, «Деловая Россия», «Опора России» и др.

Тема 7. Представители власти как непосредственные участники GR-процесса. Психологи чиновников, искусство влияния.

Тема 8. GR как профессиональная деятельность. Профессиограмма GR-специалиста, знания и навыки.

Тема 9. GR в условиях развития социальных сетей. Новые возможности влияния в условиях развития интернета и мобильных коммуникаций. Электронное взаимодействие и участие.

Тема 10. Организационные основы GR-деятельности. Структура GR-служб. Оценка эффективности, основные методики.

Тема 11. Информационно-аналитическая деятельность в GR. Способы и методы исследований в процессе осуществления профессиональной деятельности.

Тема 12. Стратегии и модели использования СМИ в GR. Медиарилейшнз как технология влияния на представителей власти.

Тема 13. Особенности отраслевого лоббизма. Лоббистские кампании в различных отраслях бизнеса.

Тема 14. Использование технологий grassroots: возможности и ограничения. Зарубежный и российский опыт использования grassroots.

Тема 15. Этические перспективы GR и лоббизма. Этические нормы и противоречия в GR- и лоббизме.

Вопросы к зачету

1. Понятия «Government Relation» и «лоббизм»: общее и особенное
2. GR и PR: соотношение понятий
3. Лоббизм и advocacy: соотношение понятий
4. Основные технологии GR-деятельности
5. Основные технологии лоббистской деятельности
6. Субъекты GR- и лоббистской деятельности.
7. Объекты GR- и лоббистской деятельности.
8. Компетентностные требования к профессиональной подготовке специалистов по связям с органами государственной власти.
9. Правовое регулирование GR- и лоббистской деятельности.
10. Этическое регулирование GR- и лоббистской деятельности.
11. Проблема эффективности лоббистской и GR-деятельности.
12. Методология и параметры оценки лоббистской и GR-деятельности.
13. Системный подход к GR-деятельности.
14. Проблема коррупции в контексте взаимодействия бизнеса и государства.
15. Антикоррупционная политика в преобразовании отношений между государством и бизнесом в современной России.
16. Позиции по отношению к лоббистскому регулированию в регулируемых и нерегулируемых правовых пространствах.
17. Природа лоббистской деятельности в США, Канаде, ЕС, Германии

Текущий контроль (зачет)

Студент должен посетить не менее 85 % лекций либо сдать коллоквиум по литературе.

Критерии оценки (зачет)

Форма проведения зачета - устная

На подготовку ответа студенту дается 5 минут.

Оценка «Зачтено» ставится, если студент ответил на два предложенных вопроса, выполнил предложенное задание, а также посетил не менее 85% лекций. Оценка «Не зачтено» ставится, если студент не смог ответить на предложенные вопросы и/или посетил менее 85% лекций.

Список основной литературы

1. GR: теория и практика: учебник / под ред. И.Е. Минтусова, О.Г. Филатовой. – СПб.: Изд-во С.Петербург.ун-та, 2013. – 180 с.
2. Кривоносов А.Д., Филатова О.Г., Шишкина М.А. Основы теории связей с общественностью. СПб.: Питер, 2011. 384 с
3. Новые идеи в теории и практике коммуникации: [ДИСК] [Электронный ресурс]: сборник / Санкт-Петербургский государственный университет (СПб.), Факультет журналистики: Кафедра теории коммуникации; ред. С. Н. Большаков. - СПб.: СПбГУ, 2011. - 175 с.
4. Экономическая политология: отношения бизнеса с государством и обществом: учебное пособие / отв. ред. А. Д. Богатуров. М. : Аспект Пресс, 2012. 240 с.

Список дополнительной литературы

1. Автономов А.С. Азбука лоббирования. М.: ИРИС, 2004. 112 с.
2. Бизнес и власть в России: теория и практика взаимодействия / науч. ред. и рук. авт. колл. А. Н. Шохин. М.: НИУ ВШЭ, 2011. 352 с.
3. Бинецкий А.Э. Лоббизм в современном мире. М.: ТЕИС, 2004. 247 с.
4. Брыкин А.В. Взаимодействие с органами государственной власти или Government Relations в России. М.: Ид «Наука», 2013
5. Валитов Ш.М., Малыгин В.А. Взаимодействие власти и бизнеса. Сущность, новые формы и тенденции, социальная ответственность. М.: Экономика, 2009. 208 с.
6. Василенко И.А. Государственное и муниципальное управление. М.: Изд-во Юрайт, 2012. 431 с.
7. Государственная политика и управление. Учебник в 2 ч. / Под ред. Л.В. Сморгунова. М., 2007.
8. Зяблюк Н. Г. Лоббизм и судебная система США. – М.: ИСКРАН, 2002.
9. Зяблюк Н. Г. Общественные интересы в политическом процессе США. – М.: ИСКРАН, 2004.
10. Зяблюк Н.Г. Практика лоббистской деятельности в США. М.: ИСКРАН, 1994.
11. Ильичева Л. Е. Лоббизм и корпоративизм. М.: «Экономика». 2002.
12. Лепехин В. А. Лоббизм. М.: Фонд «IQ». 1995.
13. Любимов А.П. История лоббизма в России. М.: Фонд «Либеральная миссия», 2005. 208 с.
14. Максимов Д.А., Толпегин П.В. Проблемы взаимодействия власти и бизнеса в современной России. М.: ЛЕНАНД, 2009. 144 с.
15. Павроз А. В. Группы интересов и лоббизм в политике: Учебное пособие. СПб.: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2006. 186 с.

16. Павроз А. В. Группы интересов и трансформация политического режима в России. СПб.: Изд-во С.-Петербург. ун-та, 2008.
17. Павроз А. В. Законодательное утверждение лоббизма в России в контексте глобальной конкуренции юрисдикций // Государственная служба. 2011. № 3 (71). С. 15–17. <http://downloads.pavroz.ru/files/pavrozaktualiobbizm.pdf>
18. Павроз А. В. Теория политического плюрализма: сущность, противоречия, альтернативы. СПб.: Изд-во С.-Петербург. ун-та, 2009
19. Павроз А.В. Government Relations как институт социально-политического взаимодействия // ПОЛИТЭК: Политическая экспертиза: Альманах. Вып. 2. СПб.: Изд-во С.-Петербург. ун-та, 2005. С. 238–252. <http://www.politex.info/content/view/138/30/>
20. Перегудов С.П. Крупная корпорация как субъект публичной политики. М.: НИУ ВШЭ, 2011. 168 с.
21. Соловьев А.И. Принятие государственных решений: учебное пособие 2-е изд., перераб. и доп. М.: КНОРУС, 2009.
22. Толмачева И. Лоббизм по-русски. Между бизнесом и властью. М.: Эксмо, 2011. 320с.
23. Толстых П.А. Практика лоббизма в Государственной Думе Федерального Собрания Российской Федерации. – М.: Изд-ва: Канон+ / Реабилитация, 2006. 280 с.
24. Толстых П.А. CR. Практикум по лоббизму в России. М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. 379 с.
25. Уколов В. Ф. Взаимодействие власти, бизнеса и общества: Учебник. М.: Экономика, 2009. 621 с.
26. Чари Р., Хоген Дж., Мерфи Г. Мировая компаративистика регулирования лоббистской деятельности. М., 2011.
27. GR-связи с государством. Теория, практика и механизмы взаимодействия бизнеса и гражданского общества с государством / Под ред. Л. Сморгунова и Л. Тимофеевой. М.: Российская политическая энциклопедия, 2012. 408 с.

Перечень иных информационных источников

1. <http://www.kremlin.ru/> - официальный сайт Президента Российской Федерации
2. <http://www.gov.ru> - сервер органов государственной власти РФ
3. <http://www.government.ru/> - сайт Правительства РФ
4. <http://www.duma.gov.ru/> - сайт Государственной Думы РФ
5. <http://www.4dk-consultant.ru/> - справочно-правовая систем «Консультант-плюс»
6. <http://www.regulatelobbying.com> – мировая компаративистика лоббистской деятельности (полные тексты законодательного регулирования в каждой из стран)
7. http://www.senate.gov/pagelayout/legislative/d_three_sections_with_teasers/process.htm - U.S. Senate, правила законодательного процесса в Сенате США
8. http://www.rules.house.gov/CRS_Rpt/index.html - Committee on Rules, U.S. House of Representatives
9. <http://pavroz.ru/dov/all.pdf> - Code of Ethics of American League of Lobbyists
10. <http://www.pdc.wa.gov> - сайт Комиссии публичного обнародования штата Вашингтон

11. <http://ocl-cal.gc.ca/eic/site/> - сайт офиса специального уполномоченного по лоббистской деятельности Канады
12. <http://laws.justice.gc.ca/eng/acts/L-12.4/> - закон о лоббистской деятельности Канады
13. <http://www.assemblee-nationale.fr/representants-interets/liste.asp> - список зарегистрированных лоббистов Франции
14. <http://www.europarl.europa.eu/aboutparliament/en/0073710a27/Overview.html> - правила регистрации в Европейском парламенте
15. <http://lobbying.ru/> - российский профессиональный портал о лоббизме и GR