

ФИЛОСОФСКАЯ ИННОВАТИКА

УДК 316.77

10.17213/2075-2067-2020-5-241-246

КОММУНИКАЦИЯ БИЗНЕСА И ВЛАСТИ: О ВОПРОСЕ ДОВЕРИЯ

© 2020 г. Т. Г. Анистратенко

Южный федеральный университет, г. Ростов-на-Дону, Россия

Целью исследования является выявление взаимосвязи доверия акторов, участвующих в коммуникации, и её продуктивности.

Методологическая база исследования основывается на теоретических подходах к научному изучению массовой коммуникации и её синтезе с неoinституциональным пониманием социальных взаимодействий.

Результаты исследования. Важнейшим аспектом проведенного анализа проблем коммуникации власти и бизнеса является выявление барьеров, препятствующих продуктивной коммуникации власти и бизнеса. Отсутствие взаимного доверия позиционируется как ключевая проблема эффективности взаимодействия коммуникантов. Роль доверия подчеркивается через рационализацию, основывающуюся на современных моделях коммуникации, совмещенных с концепцией транзакционных издержек. Ретроспективный анализ предыдущих коммуникационных практик бизнеса и власти показал, что продуктивному общению препятствуют принятые в Советском Союзе управленческие решения. Среди таких можно назвать высокую бюрократизацию коммуникации, отсутствие прозрачности и защищенности интересов обеих сторон. Вышеописанные проблемы приводят к повышению транзакционных издержек, а следовательно, к удорожанию совместных проектов, высокой рискогенности и усложнению контроля за соблюдением условий тех или иных договоренностей.

Перспективы дальнейших исследований автор усматривает в дальнейшем изучении доверия как ключевого элемента коммуникации рациональных акторов и выделения научных способов его укрепления.

Ключевые слова: бизнес коммуникации; бизнес; муниципалитет; доверие; модели коммуникации; транзакционные издержки; властные отношения.

COMMUNICATION BETWEEN BUSINESS AND GOVERNMENT: ON THE ISSUE OF TRUST

© 2020 T. G. Anistratenko

Southern Federal University, Rostov-on-Don, Russia

The purpose of the study is to identify the relationship between the trust of actors involved in communication and its productivity.

The methodological basis of the study is based on theoretical approaches to the scientific study of mass communication and its synthesis with a neo-institutional understanding of social interactions.

The results of the research. *The most important aspect of the analysis of the problems of government and business communication is the identification of barriers that hinder productive communication between government and business. Lack of mutual trust is positioned as the key problem of effective interaction between communicators. The role of trust is emphasized through rationalization based on modern communication models combined with the concept of transactional costs. A retrospective analysis of previous communication practices of business and government showed that productive communication is hindered by managerial decisions made in the Soviet Union. Such decisions include high bureaucratization of communication and lack of transparency and protection of both parties' interests. The problems described above lead to higher transaction costs and, consequently, higher costs of joint projects, high risk and complicated control over compliance with the terms of certain agreements.*

The prospect of the study *is for further research of trust as a key element of communication between rational actors and the identification of scientific ways to strengthen it.*

Key words: *business communication; business; municipality; trust; communication models; transaction costs; power relations.*

Введение. Современные реалии российской рыночной экономики ставят представителей власти и бизнеса перед необходимостью интенсификации их взаимодействия и выхода на так называемые «партнерские отношения» [1]. Коммуникация между этими двумя акторами характеризуется, в первую очередь, своей рационалистической направленностью, то есть желанием достичь взаимовыгодного решения, удовлетворяющего обе стороны. Подобная коммуникация является рациональной и должна обладать свойствами целеполагания и планирования, однако коммуникационное поле, сформированное между бизнесом и властью, в настоящий момент не обладает системностью. В рамках этой статьи мы рассмотрим основные барьеры, влияющие на эффективность взаимодействия представителей власти и предпринимательских кругов, в целях обоснования наиболее важного фактора, упрощающего или усложняющего весь коммуникационный процесс доверия.

Теоретико-методологическое обоснование исследования. В научной литературе существует множество моделей коммуникации, сложность которых эволюционировала с каждым этапом развития коммуникационных средств. Обратим внимание на две наиболее подходящие к современной коммуникационной среде. Неклассическая модель коммуникации, основанная на работах

Ю. Хабермаса, позиционирует коммуникацию как инструмент осуществления практических интересов человека [2]. Постнеклассический подход к коммуникации трактует её как субъектно-субъектные отношения. Общество рассматривается как сеть коммуникаций, а они, в свою очередь, обладают способностью самовоспроизводиться. Коммуникационная сеть в рамках этого подхода выступает как самоорганизующаяся среда, в которой самые простые социально-коммуникативные системы устанавливаются посредством взаимного согласования переживаний и действий присутствующих участников коммуникации [3]. Таким образом, современная высокотехнологичная коммуникация является инструментом осуществления практических интересов коммуникантов, на который оказывают влияние субъективные факторы. Эти факторы могут положительно или отрицательно сказаться на качестве коммуникации, и, по нашему мнению, основной детерминантой эффективности коммуникации на любом уровне является доверие. Особенно это актуально в случае общения рациональных коммуникантов, таких как представители бизнеса и власти, ориентирующихся на результат, измеримый в количественных показателях. Стоит отметить, что исследователи и эксперты, обращающиеся к проблеме эффективности взаимодействия бизнеса и власти, часто обращают внимание на объективные критерии коммуникации, но редко

концентрируются на субъективном аспекте этого вопроса. Акцентуация доверия как главного критерия эффективности коммуникации рациональных акторов является релевантной в первую очередь по причине того, что вопрос доверия в случаях, касающихся материальной выгоды, перестает быть исключительно субъективным фактором и приобретает черты количественно-измеримого и рационального фактора, определяющего результаты общения.

Для более глубокого понимания роли доверия в коммуникации бизнеса и власти обратимся к новой теории институтов, а в частности, к одной из основных составных ее частей — транзакционным издержкам. Они складываются из затрат ресурсов и времени на совершение сделки, а также из потерь, возникающих вследствие того, что был заключен неполный или неэффективный контракт [4]. Кроме того, в них входят издержки ведения переговоров и заключения контракта, а также контроля за соблюдением контракта со стороны партнера по сделке, в том числе предупреждения его оппортунистического поведения. Как видно из вышеописанного, транзакционные издержки, если рассуждать о них в предметном поле коммуникации, — это затраченные ресурсы коммуникантов на ликвидацию неопределенности при заключении тех или иных договоренностей. Таким образом, в случае высоких транзакционных издержек коммуниканты будут меньше взаимодействовать, реже заключать сделки и ограничивать общение друг с другом. Однако, как говорилось выше, современные реалии посткризисной российской экономики, находящейся в состоянии неопределенности, требуют от акторов, обладающих различными видами капитала, вступать во взаимодействие друг с другом и принимать взаимовыгодные решения, оказывающие позитивный эффект на развитие экономики всего города или региона. Иными словами, предприниматели и бизнес должны взаимодействовать друг с другом для повышения собственной конкурентоспособности. Но взаимодействие не может быть эффективным, если оно не подкреплено взаимным доверием коммуникантов, и именно это является основным препятствием продуктивного общения бизнеса и власти.

Кризис доверия предпринимателей к власти на всех уровнях является исторически детерминированным и объясняется принципом «path dependence», то есть зависимостью будущего от прошлого, а если точнее — зависимостью от решений, принятых ранее [5]. Советский принцип хозяйствования не допускал существования частного предпринимательства по идейным причинам, а во времена перестройки какое-либо серьезное развитие достигалось за счет полного или частичного выхода из легального правового поля. Объясняется это, в первую очередь, тем, что власть, не имея опыта взаимодействия с частными предпринимателями, не воспринимала их как акторов, чьи интересы необходимо соблюдать, и использовала их как своеобразный фонд для решения финансовых проблем государственного аппарата. Подобное отношение и продолжающаяся политика эксплуатации бизнеса уменьшает доверие и вызывает у предпринимателей отторжение и нежелание взаимодействовать с властью, если это не является первой необходимостью. Из вышеописанного следует, что доверие в случае общения бизнеса и власти является не просто субъективным «довеском» в процессе коммуникации, а определяющим фактором всех решений, принимаемых в результате общения.

Интерпретация полученных результатов. Итак, взаимное недоверие бизнеса и власти отрицательно сказывается на потенциальных выгодах, которые могло бы получить общество от результатов совместной деятельности этих двух акторов. Однако отсутствие доверия является не единственной проблемой, создающей препятствия для партнерских отношений. Другой, не менее важной, проблемой, по мнению научного сообщества, является высокая степень бюрократизации процесса коммуникации с властью [6]. Она тоже является исторически детерминированной и связана, в первую очередь, с авторитарностью российской коммуникационной культуры [7]. Партнерские отношения бизнеса и власти и горизонтальность их коммуникации характерны для западных стран, живущих в реалиях рыночной экономики на протяжении продолжительного времени. В США взаимодействие

предпринимателей и муниципальной власти являлось ключевым критерием выживания и процветания городов в рамках муниципальной конкуренции. В российской социальной реальности бюджеты муниципалитетов на протяжении долгого времени формировались из дотаций и прочих видов государственной поддержки, что продолжается и в настоящее время. Однако государственный аппарат не может обеспечивать достойную жизнь всех регионов РФ лишь за счет собственных средств, что порождает необходимость поиска новых источников финансирования и оптимизации бюджетных трат. Стоит отметить, что экономические реалии значительно изменились, однако коммуникационная культура не поддается внезапным изменениям лишь по желанию законодателя. Она является продуктом исторической эволюции, наполняемой контекстом коммуникационных практик, имевших место в определенные временные периоды. Так как у власти на разных уровнях исторически не было никакой необходимости общаться с предпринимателями на равных, предлагать им какие-либо выгодные условия и выстраивать с ними доверительные отношения, то неудивительно, что у предпринимателей не выстроилось восприятие институтов власти как своих партнеров. Исходя из вышеописанного, можно заявить, что кризис доверия, существующий между властью и бизнесом, является исторически детерминированным, а в его основе лежит авторитарная коммуникационная культура, характерная для российских отношений с властью.

Высокая бюрократизация коммуникации с властью, однако, не означает, что все особенности взаимодействия с ней являются полностью прозрачными и законными. Исследователи и эксперты обращают внимание на наличие «дыр» в законодательстве о государственно-частном и муниципально-частном партнерстве, на высокий потенциал коррупционных практик и низкую степень защищенности интересов предпринимателей, вступающих в деловые отношения с государственной или муниципальной властью [8]. Мы утверждаем, что эти проблемы также связаны с отсутствием доверия коммуникантов друг к другу. Отсут-

ствие доверия предпринимателей к власти напрямую связано с описанной выше проблемой юридической защищенности, но при этом сама проблема этой защищенности проистекает из отсутствия доверия. Можно сказать, что это является своеобразным порочным кругом: предприниматели считают институты власти оппортунистами, заинтересованными лишь в «снятии сливок» с предпринимателей, а власть, в свою очередь, воспринимает предпринимателей как оппортунистов, желающих получить выгоду за счет эксплуатации административного ресурса. С одной стороны, подобное отношение имеет рациональное основание, но оно не должно становиться препятствием для создания площадки взаимодействия вышеописанных коммуникантов. Можно сказать, что оно является таковым из-за российской авторитарной коммуникационной культуры, характеризующейся приоритетом власти в решении всех вопросов о благосостоянии общества, в то время как современная экономическая ситуация позиционирует власть не как основного инициатора экономического роста регионов, а как создателя «честных правил игры» в муниципальных пространствах [9].

Заключение. Подводя итог анализа происхождения кризиса доверия между властью и бизнесом, можно сказать, что в его основе лежат следующие элементы:

- 1) особенности российской коммуникационной культуры;
- 2) векторы развития коммуникации бизнеса и власти, заданные в СССР;
- 3) неэффективность правовой базы, обеспечивающей пространство для коммуникации.

Все вышеприведенные элементы тем или иным образом связаны с ключевым элементом коммуникации — доверием. Как говорилось выше, оно является не просто субъективным доверием, придающим коммуникации то или иное направление, а ключевым элементом в принятии важных решений. При отсутствии доверия коммуникация, результатом которой становится движение тех или иных капиталов, обречена на низкую результативность. Для решения этой проблемы необходима разработка комплекса мер по «горизонтализации» принципов взаимодействия

бизнеса и власти. В настоящее время существует множество площадок, разрабатываемых государственной властью для поддержания тех или иных предпринимательских инициатив, однако, они имеют имитационный характер, а эффективно работают лишь для поддержки крупного бизнеса, нуждающегося в поддержке меньше всего. Для решения этой проблемы необходимо проявление инициативы от представителей местной власти и создание площадок для взаимодействия с бизнесом, принимая в расчет региональные и национальные особенности места, где коммуникация будет происходить. Доверие к институтам, по своей сути, аналогично доверию индивидов на межличностном уровне. Для того чтобы один коммуникант поверил другому, необходимо совершить безвозмездные акты доброй воли и поддержки, что, в свою очередь, постепенно начнет увеличивать доверие и снижать риски. Кризис доверия, наблюдаемый во взаимоотношениях власти и бизнеса, имеет глубокие исторические корни, лежащие не только в социально-политических особенностях предыдущего режима, но и культурно-ментальном коде россиян, бессознательно стремящихся к вертикализации отношений. Избавиться от описанных выше проблем возможно лишь с течением времени планомерным выстраиванием доверительных отношений, основанных на проявлении доброй воли и безвозмездной поддержки. Аккумуляция эффектов, являющихся итогом описанных выше практик, в будущем приобретет мультипликативный эффект и позволит изменить коммуникационное поле власти и предпринимателей.

Литература

1. Милькевич О. А. Исследование культуры партнерских отношений // Вестник ЮУрГГПУ. — 2017. — №1. — С. 14–18.
2. Соболева М. К концепции философии языка Юргена Хабермаса // Логос. — 2002. — №2.
3. Гоголева Е. Н. Особенности коммуникационных отношений власти и общества: теоретико-методологический аспект // Известия ТулГУ. Гуманитарные науки. — 2008. — №1.
4. Simon H. Theories of decision making in economics and behavioral science // American Economic Review. — 1959. — Vol. 49. — №3. — P. 253–283.
5. Норт Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики // Фонд экономической книги «Начала». — М., 1997.
6. Авакьян С. А. Конституционализм и бюрократизация публичной власти // Вестник Московского университета. Серия 11. Право. — 2014. — №1. — С. 60–65.
7. Сунатаев М. А. О коммуникативных особенностях культуры и права в российском обществе // Северокавказский юридический вестник. — 2017. — №1. — С. 33–45.
8. Никонов В. А. К вопросу об укреплении системы социальной защищенности предпринимателей // Социология и право. — 2017. — №1. — С. 72–83.
9. Сироткин В. Б. Несоответствие институтов и мотивов, определяющих поведение субъектов хозяйствования // ЭВР. — 2018. — №1 (55). — С. 113–127.

References

1. Mil'kevich O. A. Issledovanie kul'tury partnerskih otnoshenij [The Study of culture partnerships] // Vestnik JuUrGGPU. — 2017. — №1. — Pp. 14–18.
2. Soboleva M. K koncepcii filosofii jazyka Jurgena Habermasa [To the concept of the philosophy of language jürgen Habermas] // Logos. — 2002. — №2.
3. Gogoleva E. N. Osobennosti kommunikacionnyh otnoshenij vlasti i obshhestva: teoretiko-metodologicheskij aspekt [The features of the communication relations of power and society: theoretical-methodological aspect] // Izvestija TulGU. Gumanitarnye nauki [News of Tulsu. Humanities]. — 2008. — №1.
4. Simon H. Theories of decision making in economics and behavioral science // American Economic Review. — 1959. — Vol. 49. — №3. — P. 253–283.
5. Nort D. Instituty, institucional'nye izmenenija i funkcionirovanie jekonomiki [Institutions, institutional changes and functioning of the economy] // Fond jekonomicheskoy knigi «Nachala» [Institutions, institutional changes and functioning of the economy // Foundation of the economic book «Nachala»]. — Moscow, 1997.

6. *Avak'jan S. A.* Konstitucionalizm i bjurokratizacija publichnoj vlasti [Constitutionalism and bureaucratization of public power] // Vestnik Moskovskogo universiteta. Serija 11. Pravo [Bulletin of the Moscow University. Series 11. Law]. — 2014. — №1. — Pp. 60–65.

7. *Supataev M. A.* O kommunikativnyh osobnostjakh kul'tury i prava v rossijskom obshchestve [On the communicative features of culture and law in the Russian society] // Severokavkazskij juridicheskij vestnik [North Caucasus legal Bulletin]. — 2017. — №1. — Pp. 33–45.

8. *Nikonov V. A.* K voprosu ob ukreplenii sistemy social'noj zashhishhennosti predprinimatelej [On the issue of strengthening the system of social protection of entrepreneurs] // Sociologija i pravo [Sociology and law]. — 2017. — №1. — Pp. 72–83.

9. *Sirotkin V. B.* Nesootvetstvie institutov i motivov, opredel'ajushhij povedenie subektov hozjajstvovanija [Mismatch of institutions and motives that determine the behavior of business entities] // JeVR. — 2018. — №1 (55). — Pp. 113–127.

Поступила в редакцию

28 сентября 2020 г.



Анистратенко Татьяна Григорьевна — доктор философских наук, профессор Института социологии и регионоведения Южного федерального университета.

Anistratenko Tatyana Grigorievna — Doctor of Philological Sciences, Professor, Institute of Sociology and Regional Studies, Southern Federal University.

346500, г. Ростов-на-Дону, ул. Пушкинская, 160
160 Pushkinskaya st., 346500, Rostov-on-Don, Russia
E-mail: avdyatlov@yandex.ru