

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра истории, теории и прикладной социологии

**ЛОББИЗМ В СОВРЕМЕННОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ ПРОЦЕССЕ
РОССИИ**

(автореферат магистерской работы)

студента 3 курса 361 группы
направления 39.04.01 «Социология»
профиль «Социология политики»
социологического факультета
Берсенева Александра Юрьевича

Научный руководитель
доктор социологических наук, профессор _____ О.Г. Антонова

Заведующий кафедрой истории, теории и
прикладной социологии
доктор социологических наук _____ Д.В. Покатов

Саратов 2021

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования. В России тема лоббизма имеет особую актуальность, так как в рамках борьбы с коррупционными проявлениями он должен быть на особом внимании. Однако его достаточно сложно контролировать и прослеживать, пока в стране не существует закона федерального значения. По этому поводу проходят ежегодные конференции, исследователи по проблеме лоббизма делятся на несколько лагерей. И пока все не придут к одной четкой формулировке решения данного вопроса, он так и будет волновать не только крупных ученых, но и многих людей, так или иначе причастных к прямым и смежным сферам лоббистской деятельности.

В стране не существует официальных органов, занимающихся данной проблемой. А чтобы начать отслеживать деятельность лоббистов, её нужно для начала изучить. Пока этим в России не займутся на высшем уровне, сотни исследователей так и будут проводить дискуссии на эту тему, так и не найдя нужного ответа, который был бы полезен в практике.

Стоит отметить, что в научных и образовательных практиках лоббизм уже занял свою узконаправленную нишу. Это выражается в наличии подобной дисциплины в крупных российских ВУЗах, таких как МГУ, МГИМО, НИУ ВШЭ, СПбГУ. Программа данной дисциплины подразумевает обучение студентов взаимодействию с органами государственной власти. Благодаря данной практике в России уже есть специалисты в сфере лоббирования, однако пока лоббизм официально не закреплён на законодательном уровне, опыт во взаимодействии с государством даёт обучившимся лишь возможность устроиться в крупные частные организации для продвижения их интересов на федеральном или региональном уровне.

Стоит также упомянуть проводимые тренинги под названием «Мастер лоббизма», которые организует коммуникационный холдинг «Минченко консалтинг» и которые пользуются большим спросом среди специалистов.

Во время совершенствования политики в сфере экономики страны властям не стоит закрывать глаза на лоббизм. Лоббисты оказывают слишком

влиятельную и необходимую услугу, которой пользуются многие бизнесмены и обеспеченные граждане страны.

Актуальность проблемы в России освещают и СМИ, которые регулярно заявляют действующей власти о необходимости принятия закона о лоббизме. К таким СМИ можно отнести Интернет-издания «Эксперт Онлайн»¹ и «Корреспондент»². Данные издания освещают, в основном, события из мира лоббизма США и Европы, так как в России говорить о лоббизме сложно – на российском законодательном уровне не закреплено данное понятие, из-за чего сложно точно отнести то или иное явление к прямой деятельности лоббистов, можно лишь говорить об их возможных вмешательствах, но никак не заявлять на официальном уровне. А потому пока лоббизм официально не признан и никак не мониторится, тысячи лоббистов представляют интересы частных компаний, нигде не засвечиваясь, а бизнесмены охотно пользуются этим, что способствует процветанию теневой экономики в данной сфере.

Стоит отметить СМИ как и один из основных механизмов давления лоббистов с помощью умалчивания или же напротив – громкого обсуждения во всех статьях и новостях определённого закона. К слову, таким методом пользуются не только лоббисты, но и законные представители государственных структур: когда необходимо спокойно обсудить законопроект, они переключают внимание населения на другие проблемы, или смотрят на мнение граждан по его поводу через всеобщее обозрение по всем гражданским источникам информации – такой метод у лоббистов в частом использовании.

Степень научной разработанности проблемы. Как уже было сказано выше, лоббизм в России до сих пор не имеет полноценного правового регулирования. Данное явление не закреплено ни в Конституции Российской Федерации, ни в федеральных законах, ни в других правовых актах.

¹ Эксперт Онлайн: Лоббизм [Электронный ресурс]: [сайт]. URL: <https://www.expert.ru/dossier/story/lobbizm> (дата обращения: 11.03.2020) Загл. с экрана. Яз. рус.

² Корреспондент: Лоббизм [Электронный ресурс]: [сайт]. URL: <https://www.korrespondent.net/tag/24807> (дата обращения: 11.03.2020) Загл. с экрана. Яз. рус.

Единственное, что приводит к ответственности за злоупотребление служебным полномочием в данной сфере, это статья 285 Уголовного Кодекса Российской Федерации, а также глава 22 этого же документа, которая регулирует экономическую сферу деятельности со стороны коммерческих организаций.

В демократии, присущей западным странам, лоббистами в первую очередь являются добровольные организации, созданные для целенаправленной защиты общественных интересов. Именно подобные организации рассматривают многие зарубежные исследователи, такие как Д. Трумэн, выделявший «политические группы интересов»³, его мнение разделяли Э. Латам⁴ и Т. Парсонс⁵.

Российские же исследователи сравнивают зарубежный опыт контроля лоббизма с российскими реалиями, решают, что мы могли бы использовать в отечественной законодательной практике. Так, например, юристы из Петербурга А.Б. Артемьев, Д.Н. Вороненков и Р.В. Зелепукин в своей совместной работе⁶ рассматривают и теорию российского и зарубежного лоббизма, и практическое проявление нормативно-правовых актов.

Несмотря на актуальность темы на данный момент, над текущей проблемой в нашей стране активно задумывались начиная с 90-х годов. Изучением зарубежного лоббистского опыта занимались и занимаются такие

³ Трумэн Д. Общественный процесс / Пер. с англ. Любимова Л.Л. Нью-Йорк.: Прагер. - 1981. – С. 385.

⁴ Латам Э. Групповые основы политики. // Американский политический научный обзор. 1992. - №46. - С. 382-397.

⁵ Аналитический портал [Электронный ресурс] URL: <https://www.gtmarket.ru/laboratory/basis/5395> (дата обращения: 10.4.2020) Загл. с экрана. Яз. рус.

⁶ Артемьев А.Б., Вороненков Д.Н., Зелепукин Р.В. Теория и практика нормативно-правового регулирования лоббизма (российский и зарубежный опыт). СПб.: Юридический институт. - 2015. – С. 231-257.

исследователи, как В.А. Белов и К.Ф. Вяткин⁷, Н.Н. Зяблюк⁸, Н.Б. Иванов⁹, Л.М. Корявин¹⁰, Н.Д. Прохода¹¹, А.Н. Хомич¹². Их работы дают возможность составить представление о лоббистской деятельности, новых лоббистских технологиях и тенденциях их трансформации в странах, где лоббизм получил наибольшее развитие. В описаниях зарубежного опыта лоббизма его исследователи ориентируются на традицию политического плюрализма, предполагающую множественность институциональных механизмов разделения и распределения правительственной власти.

Проблему лоббизма как системы представительства интересов и взаимодействия государства с группами интересов изучали, например, Н.Ю. Лапина, И.С. Семенов и С.П. Перегудов¹³.

Существует также достаточно много работ, посвященных как общему анализу лоббизма (Л.О. Ильичева, В.А. Лепехин, А.В. Малько, М.К. Малютин), так и анализу его отдельных аспектов, таких, например, как роль партий в процессах лоббирования и менеджмент лоббистской деятельности. Во многих из этих исследований отсутствует единая методологическая основа. В некоторых исследованиях методологическая рефлексия отсутствует в принципе, поэтому выводы, которые в них содержатся, нередко имеют частный или же весьма противоречивый характер.

Объект исследования - современный политический процесс России.

Предмет исследования - лоббизм в современном политическом процессе.

⁷ Лоббистская деятельность в ФРГ / Белов В., Вяткин К. // Бизнес и политика. 1995. - № 4. - С. 16-24.

⁸ Зяблюк Н.Н. Лоббизм и судебная система США. М.: Ин-т США и Канады РАН. - 2002. - С. 60-69.

⁹ Иванов Н.Б. Современные тенденции развития лоббизма в США. М.: Эксмо. - 1991. - 210 с.

¹⁰ Корявин Л.М. «Третья палата» Конгресса: Как действуют лоббисты в США // Российская федерация. - 1995. - № 24. - С. 78-86.

¹¹ Прохода Н.Д. Лоббизм: как это делается во Франции // Бизнес и политика. - 1995. - № 8. - С. 36-41.

¹² Хомич А.Н. Лоббизм в странах АСЕАН // Бизнес и политика. - 1995. - №9. - С. 43-48.

¹³ Перегудов С.П., Лапина Н.Ю., Семенов И.С. Группы интересов и российское государство. М.: Эксмо. - 1999. - С. 310.

Цель исследования - изучить особенности лоббизма, пути его формирования в России и основные направления развития.

Задачи исследования:

- рассмотреть генезис лоббизма;
- дать характеристику основным моделям лоббистской деятельности;
- рассмотреть состояние современного лоббизма в российском обществе;
- определить основные проблемы правового регулирования лоббизма в России;
- дать характеристику основным направлениям формирования института лоббизма.

Теоретико-методологическая база исследования представлена множеством социологических теорий, таких как: Теория информационного общества М. Кастельса¹⁴, «Электронная республика» Л. Гроссмана¹⁵, теория умной толпы Г. Рейнгольда¹⁶.

Научная новизна исследования: из общедоступных в Интернет-пространстве опросов мы не нашли настолько ёмкого и проработанного анализа отношения жителей центрального региона России к коррупции и лоббизму в частности, сравнимого с опросом, проведённым нами. Мы получили авторские эмпирические данные, которые ёмко дополняют дипломную работу, раскрывая дополнительно не только тему политического лоббизма, но и отношение к нему со стороны обычных россиян, которое, к сожалению, находится в научной литературе и в интернет-пространстве урывочно и не отражает целостного восприятия гражданами проблем политического лоббизма.

¹⁴ Кастельс М. Власть коммуникации: учеб. пособие / Пер. с англ. Н.М. Тылевич (под науч. ред. А.И. Черных) — М.: ГУ ВШЭ. - 2016. - С. 258 – 274.

¹⁵ Бондаренко С.В. Социальные технологии «электронной демократии» (попытка верификация конструкта) // Сайт Фонда им. К. Аденауэра, Международная Интернет-конференция «Демократия в информационном обществе: перспектива для России в свете международного опыта», 2 июня - 7 июля 2004 г. [Электронный ресурс]. <http://www.adenauer.ra> (дата обращения: 10.03.2020) Загл. с экрана. Яз. рус.

¹⁶ Рейнгольд Г. Умная толпа: Новая социальная революция. — М.: Фаир-пресс. - 2006. — С. 410– 416.

Также стоит выделить второе небольшое исследование, которое, если не точно, то как минимум альтернативно показывает мнение россиян о политическом лидере страны. Данный опрос проводился как личная инициатива автора с целью сравнения собственных авторских данных с уже имеющимися у крупных социологических центров.

Научно-теоретическая и практическая значимость. Она крайне высока, так как исследования в сфере политического лоббизма, проводимые до меня, очень частные, и респонденты, участвующие в них, так или иначе относятся к представителям политики. Моё исследование затрагивает широкие круги населения, которые напрямую к политике и лоббизму не имеют никакого отношения. А так как степень вовлечённости россиян в политические события мира сейчас очень высока, их отношение к такому распространённому в политике явлению как лоббизм крайне важно понимать и считывать не только для верхушки власти, но и социологическим специалистам.

Эмпирическая база исследования представлена количественной методологией. В частности, из количественной методологии мы обратились к методу анкетного опроса. По разработанному гиду был проведён интернет-опрос среди жителей центрального региона России (N=180), а также блиц-опрос в социальной сети «ВКонтакте» среди Интернет-пользователей данной платформы (N=809). Стоит отметить, что выборка по блиц-опросу не могла контролироваться, так как он находился в общем доступе, а поэтому его контент-анализ и результаты приводятся исключительно как альтернативное видение гражданами политической ситуации.

Структура работы обусловлена предметом, целью и задачами исследования. Работа состоит из введения, трёх разделов, заключения, списка использованных источников и приложений.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во введении обосновывается актуальность темы исследования, раскрывается степень её разработанности, определяются цель, задачи, объект и предмет, методологическая основа и теоретические источники.

В первом разделе раскрывается история лоббизма, его зарождение, даётся несколько трактовок этого явления. Лоббизм, как и любая политическая деятельность, по своей структуре крайне сложен, поэтому здесь приводятся различные виды, типы, формы, модели лоббизма. Углубляясь в историю лоббизма, указывается первое его появление как на Западе, так и в России. Вспоминая зарождение лоббизма, изучаются его первые проблемы и общественное недопонимание, которое позже перерастает в законодательную инициативу, что делает лоббизм одной из основных политических Западных деятельностей с многолетней историей.

Также здесь объясняется история термина «лоббизм», его предпосылки, которые зародились на Западе, его приход на территорию России, когда в 90-ых годах впервые началось обсуждение деятельности лоббистов за круглыми столами и на политических конференциях, приводятся сферы влияния лоббизма и называются примеры его проявления в мировых конфликтах.

Подробно проводится теоретический разбор данного многогранного явления. Рассматриваются различные виды лоббизма, его субъекты, объекты, цели; называются отличительные черты лоббирования от иных политических деятельностей. Сравниваются плюралистическая и корпоративная модели лоббизма, называются их главные различия, приводится величина распространённости данных моделей как по отдельности, так и в смешанном виде.

Во втором разделе лоббизм рассматривается как часть российской политики. Приводятся различные теории и мнения на предмет необходимости закрепления лоббизма на законодательном уровне, цитируются аргументы и доводы противников лоббизма, которые считают, что лоббизм в России

адекватно функционирует и без соответствующего закона и что необходимые действия по отношению к лоббизму со стороны государства были сделаны ещё давно.

Также в данном разделе приводится ряд проблем, которые мешают полноценному функционированию лоббизма в России, а также проводится разбор текущей проблемной ситуации во взаимодействии государства и бизнес-сообщества, которая пока не позволяет выделить лоббизму основную роль в регулировании взаимоотношений в связке общество-бизнес-власть. Рассматриваются возможные пути развития лоббизма в России, приводится ряд требований, при наличии которых лоббирование в стране будет функционировать должным образом, указывается список положительных сторон лоббизма, если условия для его здорового функционирования будут обеспечены.

Здесь также указываются проблемы, с которыми лоббизм уже столкнулся на территории России и с которыми ему ещё предстоит столкнуться из-за неоптимизированной под его деятельность законодательной базы страны. Приводятся аргументы в пользу необходимости всестороннего регулирования лоббизма и оптимизации ряда законов под его сферу влияния для его полноценного функционирования и его качественной жизнедеятельности.

В данном разделе изучается современное положение лоббизма в Российской Федерации и его взаимодействие с различными институтами, в частности, с властью, с бизнесом, со СМИ и с обществом. Также здесь подаётся как пример функционирование лоббизма в США, предлагается собственная модель переноса Западного лоббизма на российские реалии путём привлечения как иностранных, так и местных, российских специалистов. Приводится информация о действующем теоретическом и практическом обучении будущих лоббистов в российских ВУЗах. Приводится информация о современном состоянии лоббизма, о том, почему лоббизм так и не стал полноценной частью политической системы России, и как с данным кризисом справились в США. Также перечисляются формы взаимодействия лоббистов с властью и со СМИ,

указываются возможные законотворческие меры урегулирования и контроля над данным взаимодействием.

Стоит отдельно отметить информацию о российских специалистах в сфере лоббирования, о подготовке таких специалистов в российских ВУЗах и об их взглядах на лоббизм и на принятие закона «О лоббизме». Вспоминается ситуация с бизнес-деятельностью действующих чиновников и рассматривается теория о личном интересе депутатов Государственной Думы в отношении закона «О лоббизме», которые откладывают его рассмотрение, основываясь на отсутствии доверенного лица, ответственного за принятие данного закона.

В третьем разделе раскрывается информация о взаимодействии лоббистов и общества, о его мнении о лоббизме и о политической ситуации в России в целом, указываются результаты исследования, которое было проведено для дипломной работы и раскрывающее взгляд граждан РФ на инициативу принятия закона «О лоббизме» и о готовности его поддержать в случае одобрения Государственной Думой.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В заключении подводятся итоги дипломной работы. Приводятся определённые выводы, например, о необходимости уделения большего внимания лоббизму в России как со стороны властей, так и со стороны СМИ. Ещё раз напоминает об освещении проблематики лоббизма среди населения, о проведении ликбеза по данной теме, приводятся в пример результаты исследования, согласно которым обычные граждане в большинстве своём не знакомы с политически многогранным и сложным лоббизмом, который широко распространён в России, но законодательно никак не закреплён.

Также вспоминаются поставленные во введении цели и задачи, подчёркивается их корректность, и в конечном счёте приводится к выводу, что задачи выполнены, цели достигнуты, предмет исследования рассмотрен со всевозможных сторон, а по его развитию дан прогноз и указан ряд рекомендаций по дальнейшей проработке вопросов, связанных с лоббизмом, включая

собственное видение в отношении инициативы по принятию закона «О лоббизме».

В приложениях представлен инструментарий исследования, а именно:

- одна анкета, по которой проводился выборочный опрос среди населения Центральной России и которая насчитывает 13 вопросов. Такое количество вопросов обусловлено специфической темой исследования и решением не опрашивать респондентов об их доходах, семейном положении, наличии образования и подобных темах. Проводимое исследование было изначально запланировано как максимально существенное, без лишней нагрузки и траты времени на ответ, за исключением необходимых вопросов по возрасту и полу, однако на контент-анализе и последующем результате это не сказалось ни с точки зрения качества, ни с точки зрения задуманной информативности;

- одна таблица, разделённая для удобства чтения на четыре части, в которой приводятся сводные данные по сравнительному анализу института лоббизма в России и в США. Данная таблица одновременно и указывает на различия между лоббизмом в России и в США, и также подводит крайне ёмкий и информативный итог всей дипломной работе по лоббизму в отдельно взятой России. В таблице указано и отношение российского общества к лоббизму, и нюансы в сфере правового регулирования, и наличие процедур осуществления лоббистской деятельности: как формальных, так и неформальных;

- 13 графиков, на которых отображаются в процентном соотношении ответы респондентов по всем вопросам, находящимся в анкете. Выборка данного исследования составила 180 человек. По каждому графику даны комментарии и сделаны соответствующие выводы. Ответы по каждому из вопросов были логически связаны автором между собой, что позволило показать общую, более ясную картину происходящей ситуации в России, а именно: отношение россиян к лоббизму, к политической ситуации в стране, к принимаемым новым законам, а также к уже давно функционирующим и хорошо зарекомендовавшим себя;

- дополнительные 5 графиков, на которых изображены в процентном соотношении ответы респондентов по дополнительному вопросу, который был

опубликован в виде опроса в социальной сети «ВКонтакте» на личной странице автора с целью получения собственных авторских результатов по теме отношения российского населения к президенту России. Выборка составила 809 случайных пользователей данного Интернет-ресурса. Стоит отметить, что результат данного опроса получился крайне односторонним и его нельзя считать даже приближённым к реальной ситуации в стране, однако данный результат можно рассмотреть с точки зрения альтернативного взгляда на российскую реальность и как пищу для размышления на тему участвующих в опросе респондентов. Ответы данного опроса были поделены по полу и возрасту и размещены в отдельных графиках.

Основное содержание работы изложено в следующих публикациях автора:

1. Берсенев А.Ю. Лоббисты как посредники между бизнесом и государством // Студенческий форум: электрон. научн. журн. 2021. № 4(140). URL: <https://nauchforum.ru/journal/stud/140/86292>
2. Берсенев А.Ю. Отношение россиян к политическому лоббизму в России // Интернаука: электрон. научн. журн. 2021. № 4(180). URL: <https://internauka.org/journal/science/internauka/180>