



На правах рукописи

Павлюк Андрей Николаевич

**ЛОББИЗМ КАК СОЦИАЛЬНАЯ ПРАКТИКА
В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ**

Специальность: 22.00.04 - социальная структура,
социальные институты и процессы

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
кандидата социологических наук

22 НОЯ 2012

Москва – 2012



005055437

Работа выполнена на кафедре истории и теории социологии социологического факультета ФГБУ ВПО «Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова»

Научный руководитель: доктор философских наук, профессор
Добренков Владимир Иванович

Официальные оппоненты: **Рохмистров Станислав Николаевич**
доктор социологических наук, профессор
ФГБОУ ВПО «Российский государственный
социальный университет», старший научный
сотрудник кафедры государственного,
муниципального управления и социальной
инженерии

Воронцова Ольга Викторовна
кандидат социологических наук, доцент
ОУП ВПО «Академия труда и социальных
отношений», заместитель декана социально-
экономического факультета, доцент кафедры
социологии и управления социальными
процессами

Ведущая организация: ФГБОУ ВПО «Российская академия народного
хозяйства и государственной службы при
Президенте Российской Федерации», кафедра
социологии управления

Защита состоится «30» ноября 2012 года в 15.00 на заседании
диссертационного совета Д 501.001.01 по социологическим наукам при
Московском государственном университете имени М.В. Ломоносова по
адресу: 119991, Москва, МГУ, ГСП-1, Ленинские горы, д. 1, стр. 33, 3-й
учебный корпус, социологический факультет МГУ, аудитория № 226.

С диссертацией можно ознакомиться в читальном зале Отдела диссертаций
Фундаментальной библиотеки МГУ имени М.В. Ломоносова по адресу:
г. Москва, Ломоносовский проспект, д. 27 (сектор «А», 8 этаж, к. 812).

Автореферат разослан «29» октября 2012 года.

Ученый секретарь
диссертационного совета,
кандидат социологических наук



Соломатина Е.Н.

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы диссертационного исследования. В условиях трансформации российского общества внимание исследователей привлекают проблемы возникновения и развития многообразных социальных практик, выступающих своеобразными формами проявления и реализации социальных интересов определенных социальных групп и общностей.

Особое место в ряду современных социальных практик занимает лоббизм, который существует практически в любой стране, а его природа, степень влияния и особенности функционирования напрямую зависят от уровня развития демократии, налаженных каналов взаимосвязи общества и государства и политической системы в целом. В одних странах лоббизм становится формальным институтом, признается на официальном уровне, в других - игнорируется властями и существует как неформальная социальная практика.

Лоббизм в современной России становится атрибутом социального процесса и социально-экономической жизни. Действует значительное число субъектов лоббизма, которые активно используют различные методы и технологии лоббистской деятельности для реализации представительства своих интересов в органах законодательной, исполнительной и судебной власти как на федеральном, так и на местном уровнях.

Вместе с тем, к лоббизму проявляется неоднозначное отношение. И в большинстве своем это отношение носит негативный оттенок, связанный с представлением о лоббизме как об инструменте коррупции и протекционизма. В связи с этим возникает необходимость изучения проблем лоббизма как социальной практики, многообразие и формы проявления которой требуют всестороннего анализа особенностей ее развития в современной России.

Степень научной разработанности темы исследования. В основу теоретико-методологического анализа лоббизма положены фундаментальные труды М. Вебера, Э. Дюркгейма, Г. Зиммеля, Т. Парсонса, П. Сорокина, Г. Спенсера, П. Бурдьё, посвященные социально-философским проблемам развития общества.

Единой проблемой, имеющей отношение к рассмотрению лоббизма как социальной практики, выступает проблема интереса. Она достаточно глубоко разрабатывалась такими представителями классического направления социологии и философии, как Г.Гегелем, Т.Гоббсом, И.Кантом, М.Вебером, Ш.Монтескье, В.Соловьевым, в трудах которых раскрыта природа интересов, их роль как мотива деятельности¹.

В последнее время в России лоббизм стал предметом научного анализа достаточно большого числа исследователей. Однако в работах этих исследователей рассматриваются лишь отдельные элементы этого многогранного феномена, ставятся акценты на правовых, групповых и корпоративных аспектах.

Труды, в которых осуществлялись бы попытки изучения развития лоббизма в контексте социальной практики, пока малочисленны и носят главным образом описательный характер. В большей степени, современные исследователи пытаются рассмотреть лоббизм как социально-политический институт, приобретающий черты легитимного, законодательно и организационно оформленного элемента гражданского общества.

Анализируя степень научной разработанности проблемы лоббизма, необходимо отметить работы зарубежных исследователей: Г. Алмонд, А. Бентли, Дж. Берри, Ж. Блондель, Р. Даль, Г. Джордан, Ч. Линдблом, Г. Лембрух, Ф. Шмиттер заложили основы для анализа проблем плюрализма, корпоративизма, групп интересов и лоббизма². Ряд отечественных авторов

¹ Гегель Г. Наука логики. Собр.соч. Т.1, М., 1970; Гегель Г. Философия права. М., 1990; Гоббс Т. Сочинения. М., 1970; Кант И. Сочинения. М., 1970; Вебер М. Научный анализ союзов и объединений / Государственная служба. Группы интересов. Лоббирование. М., 1995.

² Алмонд Г. Политическая теория и политическая наука, М., 1966; Бентли А. Процесс осуществления правительственной власти: изучение общественных давлений, М., 1908; Блондель Ж. Политическое

анализируют теоретические аспекты лоббизма, исследуют проблемы определения понятия «лоббизм», его сущности, видов, методов, функций, субъектов и объектов (Т.И. Аравина, Т.В. Васильев, С.В. Зотов, С.А. Зубков, К.В. Киселев, Ю.Ю. Кузнецов, Е.Б. Тихомирова, А.Х. Фалина, И.М. Фролова, Ф.И. Шамхалов, А.В. Шапошников)³. В трудах Л.Е. Ильичевой, М.И. Левина, Е.А. Левиной, С.А. Морозова, С.С. Сулашкина преимущественно рассматриваются практические аспекты лоббизма, раскрываются конкретные технологии организации лоббистских кампаний, анализируются механизмы работы лоббистских структур с органами государственной власти⁴. Обобщающий характер имеют работы отечественных исследователей Н.Г. Зяблока и С.П. Перегудова, в которых дается наиболее полный и взвешенный анализ современного лоббизма⁵.

Несомненную ценность в определении исторических этапов и предпосылок институционализации лоббизма представляют работы ученых по теории и истории гражданского общества. Среди западных исследователей можно отметить работы Э. Геллнера, Э. Гидденса, Т. Парсонса, И. Шапира⁶,

лидерство: Путь к всеобъемлющему анализу. / Пер. с англ. Г.М. Квашнина. - М., 1992.; Даль Р. Полиархия, плюрализм и пространство, М., 1994; Линдблом Ч. Политика и рынки, М., 1977; Lehmbruch G. Consociational Democracy and Corporatism in Switzerland // *Publius: The Journal of Federalism*, 1993; Шмиттер Ф. Стадии выхода из авторитарного правления: Осторожные заключения о сомнительных демократиях, 1986; Bently A. *The Process of Government*. Evanston, 1949; Сравнительная политология сегодня: Мировой обзор / Г. Алмонд, Дж. Пауэлл, К. Стром, Р. Далтон. Сокр. пер. с англ. А.С. Богдановского, Л.А. Галкиной. Под ред. М.В. Ильина, А.Ю. Мельвиля. М., 2002; Blondel J. *Comparing Political Systems*. London, 1973; Duverger M. *Party Politics and Pressure Groups: A comparative introduction*. N.Y., 1972; Laid E.C. *The American Polity. The People and Their Government*, N.Y., 1985; Lindblom C.E. *The PolicyDMaking Process*. Englewood Cliffs, N.Y., 1980; Potter A. *Organized Groups in British National Politics*, Westport, 1961; Truman D.B. *The Government Process. Political Interests and Public Opinion*, N.Y., 1971; Salisbury R.H. *Interest Group Politics in America*, N.Y., 1970; Schmitter Ph., Lehmbruch G. *Trends Toward Corporatists Intermediation*, London, 1979.

³ Аравина Т.И., Кузнецов Ю.Ю. Лоббизм: национальные образцы и степень социальной приемлемости. М., 2000; Васильев Т.В. Лоббизм как форма политической деятельности: природа, функции, современные виды. М., 2004; Лепехин В.А. Лоббизм. М., 1995; Морозов С.А. Лоббирование как явление в политическом процессе. М., 2002; Сахаров Н.В. Лоббизм как фактор политической жизни. М., 1994; Шапошников А.В. Лоббизм как явление общественной жизни и категория общественной науки. М., 2004.

⁴ Ильичева Л.Е. Лоббизм и интересы предпринимательства. М., 2000; Линецкий А.В. Российские институты политического представительства в условиях радикальных общественных трансформаций: опыт сравнительного анализа. СПб., 2008.

⁵ Зяблук Н.Г. Практика лоббистской деятельности в США. М., 1994; Перегудов С.П. Корпоративный бизнес и власть при В. Путине: патронаж или партнерство? СПб., 2005; Перегудов С.П. Корпорации, общество, государство. М., 2000.

⁶ Гелнер Э. Условия свободы: Гражданское общество и его исторические соперники М., 2004; Гидденс, Э. Социология / Пер. с англ.; науч. ред. В. А. Ядов; общ. ред. Л. С. Гуревой, Л. Н. Посилевича. М., 1999; Parsons T. *On institutions and social evolution: selected writings* / Leon H- Mayhew, ed. Chicago: University of Chicago Press, 1982; Шапиро И. Переосмысливая теорию демократии в свете современной политики. М., 2001.

среди отечественных - работы Т.Е. Ворожейкиной, З.Т. Голенковой, А.П. Кочеткова, К.О. Магомедова, Б.С. Модель, И.М. Моделя, Ю.М. Резника, В.Н. Руденкина, А.И. Соловьева⁷. В трудах Н.Г. Зяблук, Н.Б. Иванова, Т.И. Нефедовой, А.А. Сергунина, В.В. Согрина, Дж. Уилсона рассматриваются функционирование демократии, лоббизма, принцип разделения властей в США⁸.

Проблемы групп интересов и их представительства анализируются в трудах западных представителей плюралистического (А. Бентли, Р. Даль, Д. Трумэн, Дж. Уилсон) и (нео)корпоративистского (В. Брус, Ф. Шмиттер, Дж.Эхолс) направлений в политологии. Большой интерес представляют работы отечественных исследователей (А.А. Галкина, О.В. Гаман-Голутвиной, В.А. Губернаторова, М.В. Жеребкина, Е.В. Золотаревой, Н.Ю. Лапиной, Д.И. Островского, Я.Ш. Паппэ).

Необходимо отметить группу авторов, внимание которых сосредотачивается в основном на проблемах правового регулирования лоббизма в России и других странах (работы В.А. Белова, И.Ю. Богдановской, К.С. Вяткина, С.В. Зотова, К.В. Киселева, В.В. Красинского, В.А. Лепехина, А.П. Любимова, В.Г. Павлова, В.В. Смирнова)⁹.

В отдельную группу можно отнести исследования российских историков и политологов, посвященных изучению возникновения и развития

⁷ Ворожейкина Т.Е. Политические системы в России и СССР в XX веке, в 4-х томах (в соавторстве с И.И. Долуцким), М., 2008 г.; Голенкова З.Т. Общая социология: Учебное пособие для вузов, М., 2005; Кочетков А.П. Демократия и элиты, М., 2009; Магомедов К.О. Социология государственной службы. Изд. 3-е, перераб. и доп.- М., 2007; Модель Б.С., Модель И.М. Благотворительные общественные объединения в институциональном поле гражданского общества, М., 2001; Резник Ю. М., Смирнов Е. А. Жизненные стратегии личности (опыт комплексного анализа), М., 2002; Руденкин В. Н. Гражданское общество в России: история и современность. Екатеринбург, 2002; Соловьев А.И. Три облика государства – три стратегии гражданского общества, М., 1996 г.

⁸ Зяблук Н.Г. Лоббизм в США как политический институт, М., 1995; Иванов Н.Б. Лоббизм в политической культуре США, М., 1995; Нефедова Т.И. «Психология парламентаризма», М., 1999; Сергунина А.А. Регионализация России: роль международных факторов, М., 1999; Согрин В.В. Политическая история США, М., 2001; Уилсон Дж. Американское правительство, М., 1990.

⁹ Белов В.А., Вяткин К.С. Лоббистская деятельность в ФРГ, М., 1995; Совершенствование законодательства и правотворческого процесса в субъектах Российской Федерации: Программа подготовки специалистов. Екатеринбург, 2000; Лепехин В.А. Лоббизм. – М., 1995; Любимов А.П. Лоббизм как конституционно-правовой институт, М., 1998; Павлов В.Г. Лоббизм в России: проблемы и перспективы, М., 1998; Смирнов В.В., Зотов С.В. Лоббизм в России и за рубежом: политико-правовые проблемы, М., 1996.

предпринимательских, общественных организаций и истории лоббизма в России. Это работы Дж. Бредли, П.А. Бурышкина, В.В. Изгаршева, Т.П. Коржихиной, Т.П. Нефедовой, А.В. Оболонского, А.Д. Степанского, А.С. Тумановой, О.А. Хасбулатовой, И.Н. Шапкина, Л.Е. Шепелева¹⁰. Важное место занимают работы В.О. Ключевского, С.М. Соловьева, Г.П. Федотова, Н. Эйдельмана¹¹. Анализ важнейших проблем истории России в трудах этих ученых способствовал более полному пониманию и четкому определению предпосылок и этапов институционализации лоббизма.

Оценивая степень научной разработанности проблемы, необходимо констатировать, что научным сообществом проделана основательная работа по выявлению сущности лоббизма, его особенностей, закономерностей и характерных черт.

Вместе с тем остается пока малоизученной проблема лоббизма как социальной практики, имеющей свою объективную природу, своё содержание, свои исторические корни и особенности проявления в различных социально-экономических и политических условиях.

Цель диссертационного исследования состоит в том, чтобы основываясь на теоретическом наследии современной социологической мысли о становлении и развитии социальных отношений современного российского общества, провести социологический анализ лоббизма как специфической формы социальной практики, выявить условия и раскрыть его формы и методы.

¹⁰ Бредли Дж. Общественные организации и развитие гражданского общества в дореволюционной России. М., 1994; Бурыйшкін П.А. Москва купеческая. М., 1991; Изгаршев В.В. Методы и формы представительной деятельности организаций крупной буржуазии в начале XX века. М., 1997; Коржихина Т.П. Общественные организации в СССР: Матер. к источниковедению и историографии. М., 1992; Нефедова Т.В. Сельская Россия на перепутье. Географические очерки. М., 2003; Оболонский А.В. Без реформы бюрократии административные реформы бессмысленны. М., 2005; Рохмистров С. Н. Предпринимательство и государство: российская специфика взаимодействия. М., 2010; Степанский А.Д. Общественные организации в России на рубеже XIX-XX вв. М., 1972; Туманова А.С. Самодержавие и общественные организации в России. 1905-1917 годы. Тамбов, 2002; Хасбулатова О.А. Опыт и традиции женского движения в России (1860 – 1917). Иваново, 1994; Шапкин И.Н. Из истории лоббизма в России. М., 1999; Шепелев Л.Е. Царизм и буржуазия во второй половине XIX века. Проблемы торгово-промышленной политики. Л., 1987.

¹¹ Ключевский В.О. Соч. в 9-ти т. Т. М., 1987; Соловьев С.М. История России с древнейших времен М., 1959; Федотов Г.П. Россия и свобода: WWW-документ. <http://www.vehi.net/fedotov/svoboda.html>; Эйдельман Н. «Революция сверху» в России (заметки историка): WWW-документ. <http://vivovoco.rsl.ru/VV/PAPERS/NYE/REV/REV1.HTM>.

Для достижения поставленной цели в диссертации решаются следующие задачи:

- используя фундаментальные теоретические и методологические определения «социальные отношения», «социальная практика» и «социальные институты», дать определение лоббизма как социальной практики;
- на основе анализа исторического и зарубежного опыта развития лоббизма раскрыть связь между формами и методами лоббизма и развитием институтов гражданского общества;
- определить противоречия институционализации лоббизма в ряде стран и причины, затрудняющие эти процессы в современной России;
- выявить социальные предпосылки и условия развития лоббизма в современной России;
- раскрыть сущность связи форм и методов лоббизма как социальной практики с изменениями, происходящими в социально-экономическом и политическом развитии современного российского общества.

Объектом исследования выступает лоббизм как социальная практика современной России.

Предметом исследования являются особенности форм и методов лоббизма как специфической социальной практики, реализующейся в условиях социального и экономического неравенства, политического становления институтов власти, формирования подлинных демократических основ гражданского общества в России.

Гипотезы исследования. Главная гипотеза исследования состоит в том, что лоббизм в современной России выступает как специфическая социальная практика, имеющая существенные отличия от других форм социальной практики – связей с правительством (GR), связей с общественностью и СМИ (PR), корпоративных коммуникаций (РА), а также сложившихся исторически традиционных для конкретной страны форм представительной демократии.

Лоббизм, природа и сущность которого связана с потребностями и интересами – это объективное явление, содержание и формы которого в значительной степени зависят от состояния социально-экономических и политических институтов, развития демократических основ гражданского общества. В современной России лоббизм выступает не как «социальный институт» со всеми его сущностными и содержательными элементами, а как социальная практика, отражающая не только отношение большинства граждан к данному явлению, но и характеризующаяся противоречивым состоянием самого современного общества.

Основная гипотеза исследования включает в себя следующие теоретические предположения:

- лоббизм является специфической формой социальной практики, адекватной условиям и характеру противоречий современного российского общества;

- лоббизм имеет специфические цели, связанные, как правило, с интересами различных групп современного общества, и предполагает наличие соответствующих им способов реализации;

- условиями развития лоббизма являются взаимный учет интересов участников лоббистской практики (т.е. учет государством интересов определенных социальных групп и наоборот), степень открытости общества, уровень развития социальных институтов;

- лоббистская деятельность связана с развитием коммуникационного пространства российского общества и выступает в качестве его особого элемента;

- формы и методы лоббистской деятельности зависят от форм и методов тех сфер жизнедеятельности общества, в которых они проявляются как социальная практика (политика, экономика, право, культура и т.д.).

Теоретико-методологическую основу исследования составляют определённые принципы и методы социально-исторического и социокультурного анализа; общие принципы научности, объективности,

единства логического и исторического подходов в исследовании социальных явлений; метод системного анализа как традиционное направление методологии научного познания социальных процессов; метод сравнительного анализа, позволяющий наиболее адекватно отразить ключевые черты объекта и предмета изучения; метод контекстуального анализа источников; методы дифференциации, интеграции и абстрагирования.

В качестве методологических подходов к анализу лоббизма как социальной практики нами были использованы парадигмы понимающей социологии (М. Вебер), структурно-функционального анализа (Т. Парсонс), информационного общества (Д. Белл, Й. Масуда, Х. Маклюэн).

Особый интерес к изучению социальных проблем лоббизма начал проявляться в нашей стране в конце XX века. Анализ зарубежной практики лоббизма, попытка переноса форм и методов лоббизма в российскую действительность, теоретическое осмысление легитимных и латентных сторон лоббизма, правовая оценка лоббистской деятельности, анализ институциональных изменений и механизмов влияния негосударственного сектора на власть стали темами многочисленных научных работ, которые в свою очередь выступают сегодня как теоретико-методологическая база исследования.

Основой анализа лоббизма как особой социальной практики современного российского общества послужили работы В.И. Добренькова, Ю.П. Аверина, Л.Е. Ильичёвой, А.И. Кравченко, Н.И. Лапина, В.А. Лепехина, А.К. Мамедова, А.П. Любимова, С.С. Фролова и др.

Достоверность результатов исследования обеспечивается посредством верификации (проверки истинности) выдвинутых автором работы гипотез и основных положений, статистическими данными, мнениями других авторов (экспертная верификация), использованием исторического и логического методов, применением системного подхода в процессе исследований, апробацией материалов.

Научная новизна заключается в следующих результатах, полученных автором в ходе исследования:

1. Дано авторское уточнение понятия лоббизма. В соответствии с выработанным нами определением, лоббизм – это особая, специфическая социальная практика, посредством которой реализуются специфические интересы личности, социальных групп и институтов присущими ей формами и методами. Под специфическими интересами нами понимаются жизненно важные интересы, связанные с деятельностью государственных органов власти и институтов гражданского общества;

2. Осуществлено научное обоснование концепции лоббизма как социальной практики, продемонстрировано ее отличие от концепций «институализации», от смежных социальных практик – связи с правительством (GR), связи с общественностью и СМИ (PR), корпоративных коммуникаций (РА);

3. На основе анализа изменений, происходящих в социально-экономической и политической жизни российского общества, дана характеристика форм и методов лоббизма, обоснована глубокая связь этих форм с политикой, экономикой, правом, культурой и т.д.

Основные положения, выносимые на защиту:

1. Лоббизм является особой специфической социальной практикой, принципиально отличной от связей с правительством (GR), связей с общественностью и СМИ (PR) и корпоративных коммуникаций (РА).

2. Лоббизм носит как легальный, так и латентный характер. В силу этих причин в современной России легитимизация и институционализация лоббизма существенно затруднены.

3. Развитие лоббизма и его легитимизация связаны с развитием демократии и становлением гражданского общества.

4. Формы и методы лоббизма в современной России есть отражение существующих форм и методов развития экономики, политики, права, культуры и т.д.

Теоретическая значимость и практическая ценность работы.

Теоретическая значимость диссертационной работы определяется повышением уровня знаний относительно сущности лоббизма как особой специфической социальной практики, ее формами и методами в социально-экономическом развитии России; возможностью использования материалов настоящего исследования в целях большей легитимизации лоббизма и изменения отношения к нему со стороны российских граждан; ростом социализации знаний о лоббизме в научной и профессиональной среде, а также в практике принятия управленческих решений.

Практическая ценность диссертационной работы заключается в возможности применять материалы настоящего исследования для дальнейшей разработки проблем как в рамках отдельных аспектов социологии общественных отношений, так и при разработке курса лекций по учебным дисциплинам «Социология», «Политология» и др.

Апробация результатов исследования. Диссертация обсуждена на кафедре истории и теории социологии социологического факультета Московского государственного университета имени М.В.Ломоносова.

Основные положения диссертации нашли отражение в публикациях автора по теме исследования в количестве 4-х научных работ общим объемом 1,5 п.л., в том числе в 2-х статьях в научных журналах, рекомендуемых ВАК Минобрнауки РФ, общим объемом 0,8 п.л., а также в двух социологических исследованиях и выступлениях диссертанта на конференциях, «круглых столах» и других мероприятиях в Совете Федерации Федерального собрания Российской Федерации по обсуждению проекта федерального закона «О лоббистской деятельности» в 2008-2010 гг.

Структура работы определяется последовательностью целей и задач исследования. Диссертация состоит из введения, двух глав, включающих четыре параграфа, заключения и списка литературы.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во Введении обоснована актуальность темы исследования, выявлены объект и предмет, сформулированы цели и задачи исследования; изложены его теоретические и методологические основы; раскрыта научная новизна, теоретическая и практическая значимость работы; указаны методы исследования и основные положения, выносимые диссертантом на защиту.

Глава первая «Теоретико-методологические и исторические аспекты социологического анализа лоббизма» состоит из двух параграфов и посвящена разработке теоретико-методологических и исторических основ социологического анализа лоббизма как социальной практики современной России.

В первом параграфе – «Генезис понятия лоббизм» описываются различные теоретические подходы к определению «лоббизма», дается критический анализ существующих точек зрения, проводится анализ понятий «интересы», «группы интересов», «группы давления», «социальные институты», «институционализация», «социальная практика».

Лоббизм — одна из сформировавшихся социально-политических практик современной России, требующая научного осмысления с позиции социологии, прежде всего, с учетом растущего влияния лоббизма на политическую и социально-экономическую системы общества.

Сам термин «лоббизм» в своем развитии прошел сложный и противоречивый путь.

В научной литературе упоминание и разъяснение понятия «лоббизм» в основном связано с деятельностью органов государственной власти, политикой и политическими институтами.

«Большой энциклопедический словарь» прямо указывает, что «лоббизм – это специфический институт политической системы, представляющий собой механизм воздействия частных и общественных структур»¹².

¹² Ушаков Д. Н., Даль В. И. Большой энциклопедический словарь. М., 2000 С. 365.

В «Политическом словаре» - «Лоббизм – давление со стороны определенных групп интересов на государственную и исполнительную власть с целью налаживания контактов и принятия выгодных для групп решений, которое осуществляется лоббистами – представителями заинтересованных сторон»¹³. Такой подход вычленяет понятие «политический лоббизм» как главный элемент лоббистской деятельности.

Подход к лоббизму как преимущественно политико-ориентированной деятельности поддерживает и П.А. Толстых: «Лоббизм (то же самое что и «лоббирование») – институт политической системы, представляющий собой процесс по продвижению интересов частных лиц, корпоративных структур (а также представляющих их профессиональных лоббистских фирм и общественных организаций) в органах государственной власти, с целью добиться принятия выгодного для них политического решения»¹⁴.

Следует отметить, что «политическая» трактовка лоббизма остаётся преобладающей как в среде зарубежных ученых, так и среди российских исследователей.

Так, известный российский исследователь лоббизма В. Лепёхин считает, что лоббизм есть процесс приведения формальной власти в соответствие с властью фактической¹⁵.

Данная точка зрения на лоббизм в духе идеи лоббистской вертикали так же отмечена в «Экономическом словаре», где под терминами «лобби, лоббизм, лоббирование» подразумеваются действия органов государственной власти: законодательных, исполнительных, судебных, направленные на поддержку отдельных отраслей и сфер экономики регионов, предприятий, социальных групп, продиктованные не объективной необходимостью, а заинтересованностью, в том числе, подкупом должностных лиц»¹⁶.

¹³ Политология: Словарь-справочник / М.А. Василик, М.С. Вершинин и др. М., 2001 С. 137.

¹⁴ Профессиональный словарь лоббистской деятельности (составитель П.А. Толстых). М., 2009. С. 76.

¹⁵ Лепёхин В.А. Лоббизм. М., 1995. С. 96.

¹⁶ Ковалёв В.В., Экономический словарь. Экономические термины и экономический сленг. М., 2009. С. 154.

При таком подходе фиксируется не только политическая составляющая лоббизма, но и экономическая, что существенно ближе к реальному объективному содержанию этого явления.

Наряду с учеными – политологами, экономистами, философами, историками, социологами существенный вклад в научную разработку лоббизма внесли представители юридической науки¹⁷.

Главным элементом их определений лоббизма выступает методологическое основание, связанное с понятиями «групп интересов», «групп давления» и практикой рассмотрения лоббизма в качестве института современного демократического общества с развитой политической системой, устоявшимися рыночными и зрелыми гражданскими отношениями.

Отметим, что упомянутые группы суть разновидности групп социальных, агрегированные на основе общности потребностей, интересов, целей, и, в случае наиболее консолидированных групп – на основе общности ценностей. В российских условиях в случае доминирования в группе такой ценности, как «власть», сращивание экономических и политических интересов в лоббистскую вертикаль становится неизбежным, объективно обусловленным обстоятельством.

Для современной России проблема социального интереса в разрезе формирования гражданского общества и новых демократических ценностей более чем актуальна. Российское общество с его многообразием социальных групп, страт и сообществ рождает разнообразие интересов, новых по содержанию и социальному статусу их носителей.

В российской политологии деятельность групп интересов в основном характеризуется как близкая к функционированию групп давления¹⁸. Страны с развивающейся или стагнирующей экономикой, по мнению Б. Ротстейна, характеризуются наличием чрезвычайно сильных групп интересов и

¹⁷ Султанов Д. Лоббизм: как это делается в России // Сайт «Стратегема» (<http://www.stratagema.org/lobbizm.php?nws=ds3112063414134>).

¹⁸ Политическая энциклопедия. В 2 т. Т.1. М., 1999. С. 302.

ассоциаций, стремящихся использовать свое влияние для получения предпочтений, тем самым подрывая конкуренцию¹⁹.

Однако сугубо экономическая мотивация, связанная с получением конкретных выгод или льгот, в настоящее время не является единственным или главным мотивом, побуждающим граждан присоединяться к лоббистского рода организациям, созданным в защиту конкретных требований. В условиях нарастающей социокультурной дифференциации одним из доминирующих мотивов становится формирование групповой идентичности, в том числе, в глобальных масштабах, учитывая наднациональный характер некоторых организаций.

Таким образом, экономический и политический критерии являются не единственными основаниями выделения групп интересов, способных вести целенаправленную лоббистскую деятельность.

В этой связи может быть поставлен вопрос о том, что лоббизм есть специфический тип социального взаимодействия, в условиях определенной ситуации и при наличии особого рода субъектов способный решать социально-значимые проблемы.

Для более глубокого понимания сущности лоббизма как социальной практики автор в своем исследовании опирается на классические теоретические модели социального действия и социальной коммуникации.

В работе последовательно рассматриваются взгляды М. Вебера, Т. Парсонса, Э. Гидденса, П. Бурдьё и Ю. Хабермаса и делается вывод о том, что именно деятельностный подход ставит в центр изучения социологии социальную практику, которая определяется как непрерывный поток упорядоченных действий, размещенных в пространстве и времени.

Исследование различных социальных практик, в том числе и лоббизма, следовательно, возможно в двух перспективах: изучение социальных институтов как устойчивых типов социальной практики во временном

¹⁹ Ротстайн Б. Политические институты: общие проблемы. М., 1999. С. 157.

аспекте и изучение стратегии поведения как ориентации практики, выявление особенностей образа действий.

В настоящей работе используются и тот и другой подходы, создавая тем самым синергетический эффект изучения лоббизма как конкретной социальной практики.

Во втором параграфе первой главы «Социологический анализ исторического опыта лоббизма» рассмотрен зарубежный опыт существования различных практик лоббизма от его институтов до запрета лоббистской деятельности.

Лоббистская деятельность, наряду с общими принципами, в каждой стране имеет специфические механизмы, формы, методы, правовую базу, традиции, подходы²⁰.

В США лоббизм на современном этапе развития является одним из важнейших каналов воздействия на процесс принятия решений органами государственной власти.

По – сути, лоббизм в этой стране имеет все признаки социального института и в классической форме он проявляется как механизм давления частных и общественных организаций на конгресс, Белый дом, министерства и ведомства с целью добиться одобрения или отклонения тех или иных законодательных или административных актов. В последние 10-15 лет особенно широкое распространение в США получил внешнеполитический лоббизм, а также его разновидность – лоббизм в пользу иностранных

²⁰ Вяткин К. Лоббизм по-немецки. М., 1993; Яблук Н. Практика лоббистской деятельности в США. М., 1994; Его же. Формы и методы лоббистской деятельности. Американский опыт и возможности его использования. М., 1993; Как лобби правит государством // Государственная служба. Группы интересов. Лоббирование (Взгляд из-за рубежа). Выпуск четвертый. М., 1995; Кочерян С. Лоббизм в Соединенных Штатах. М., 1990; Лапина Н. Предприниматели в политическом пространстве. М., 1993; Мэлоуни У., Редиг В., Роман Э. Лоббирование в Великобритании. М., 1995; Организация лоббистской деятельности торговой палаты США. М., 1992; Перегудов С. Политическое представительство интересов: опыт Запада и проблемы России М., 1993; Прохода Н. Лоббизм: как это делается во Франции. М., 1995; Савельев В., Марченко М. Доктрины политической и социальной ответственности бизнеса. М., 1992; Сахаров Н. Лоббизм в системе политических функций торговой палаты США. М., 1992; Сергунин А.А. США: Президентский лоббизм и внешняя политика. М., 1989; Формы и методы лоббистской деятельности (Американский опыт и возможности его использования). М., 1992 и др.

государств и организаций, который, в свою очередь, тесно переплетается с этническим лоббизмом.

По традиции лоббизмом в основном занимаются неправительственные организации, представляющие практически все сферы экономической, профессиональной и общественно-политической жизни. В лоббистскую деятельность активно вовлечены корпорации, банки, профессиональные и предпринимательские ассоциации, университеты, общественно-политические, религиозные, этнические, женские организации и множество других заинтересованных групп.

В Канаде к лоббизму относят практически любые контакты между парламентом или правительством и представителями общественных, политических, научных и деловых кругов. В соответствии с Законом о регистрации лоббистов, принятым в 1988 г., установлены сравнительно либеральные правила ведения лоббистской деятельности, которая признается в качестве законной и отвечающей интересам демократии. Тем самым подчеркнут статус лоббизма как законодательно оформленного легитимного института.

Канадским законодательством определены две категории лоббистов. К первой относятся консультанты, действующие на коммерческой основе в интересах третьих лиц или организаций. Ко второй – лица, осуществляющие лоббистскую деятельность в интересах организации, в которой они работают. Положения закона не распространяются на лиц, действующих в соответствии со своими прямыми служебными обязанностями. Регистрация осуществляется отделом регистрации лоббистов министерства по делам потребителей и корпораций Канады. Сейчас насчитывается в общей сложности 2800 лоббистов обеих категорий.

В целом канадский опыт регулирования лоббизма, несмотря на его ограниченность, особенно в сравнении с США, может быть полезен для разработки соответствующего российского законодательства.

Лоббизм во Франции имеет ряд особенностей. Государство в этой стране в более значительной мере, чем в США, участвует в регулировании экономики, что, несомненно, сказывается на характере лоббизма. Кроме этого, страна имеет богатую историю формирования государственности, исторически сложившиеся традиции политического управления и т.п. При этом термины «лоббизм», «лоббирование» в современном французском политическом лексиконе практически не используются. Существующий фактически, лоббизм не признан юридически.

Практика Германии в сфере лоббизма имеет существенное значение для развития отечественного законодательства в этом направлении. В Германии создана отлаженная система организаций, в совокупности представляющих интересы всех слоев населения перед государством. Среди них промышленные союзы и торговые палаты, объединения наемных сотрудников и работодателей, ассоциации, благотворительные фонды и т. д.

При таком широком представительстве существенным является учет всех общественных групп интересов, которые так и квалифицируются, а термин «лобби» носит скорее негативный оттенок, поскольку ранее лоббистская деятельность в Германии была нерегулируемой, нередко – с теневым криминальным уклоном.

Непосредственное взаимодействие между группами интересов и государственно-административными органами Германии происходит, как правило, в форме консультаций. Консультативные органы при правительственных учреждениях, как правило, не обладают определенным юридическим статусом, не требуют для своего создания или упразднения какой-либо унифицированной административной процедуры. Отсутствие правовой регламентации в сочетании с институциональной гибкостью делают такой тип организаций одним из результативных способов взаимодействия групп интересов с государственным аппаратом.

Законодательство Японии не предусматривает возможность парламентской лоббистской деятельности. Тем не менее, в настоящее время в

депутатском корпусе усиливаются тенденции активизации законодательных инициатив непосредственно парламентариев в отношении регулирования лоббизма. В перспективе это может стать основанием для постановки вопроса о разрешении лоббистской деятельности.

Так или иначе, неофициальное лоббирование присутствует в парламенте Японии через личные связи депутатов и механизм партийных фракций, путем использования контактов с экономическими и другими кругами, однако подобная деятельность, особенно в случаях проявления коррупции, преследуется по закону.

Отсутствует лоббизм, как правовой институт, и в индийском законодательстве. Юридическая практика рассматривает его как одну из форм коррупции, запрещенной системой конституционных и уголовных норм.

Однако это не исключает того, что деловые круги, различные социальные и политические группы активно стремятся продвигать свои интересы через взаимодействие с лицами, принимающими решения. При этом используются методы, учитывающие специфику страны.

Эти факторы во многом определяют основные направления лоббистской деятельности, которая сконцентрирована на установлении и развитии взаимоотношений с руководством политических партий. Главным образом, с теми, кто имеет перспективу одержать победу на парламентских выборах.

В последние годы лоббизм приобрел широкое распространение в Бразилии, однако специального регулирующего законодательства до сих пор не существует. Легитимной основой для деятельности лобби является федеральная конституция 1988 г., которая закрепляет право граждан на осуществление любого вида деятельности при условии, что она не запрещена законом, и допускает создание ассоциаций граждан в законных целях представительства и подачи петиций государственным властям²¹.

²¹ Конституционное (государственное) право зарубежных стран. Учебник. В 4-х томах. Отв. Ред.

Итак, опыт зарубежных стран свидетельствует о том, что чем больше возникает новых форм взаимодействия государства, бизнеса, работающих граждан, тем шире становится сфера их применения, тем меньше места остается для идеологии, гораздо эффективнее осуществляется сочетание сотрудничества, взаимопонимания, защиты, отстаивания своих интересов.

Существующий в России фактически, лоббизм также нуждается в цивилизованном отношении государства, общественности, что со всей очевидностью делает необходимым вопрос его правовой легитимизации.

Во второй главе «Особенности становления лоббизма в современной России» с учетом результатов экспертных опросов анализируются условия современной России, выступающие основанием и причинами особенностей реализации лоббизма как социальной практики.

Первый параграф – «Социально-экономические и политические условия развития лоббизма в современной России» раскрывает авторское видение сущности лоббизма как социальной практики, на реализацию которой оказывают влияние особенности развития всей совокупности общественных отношений современной России.

Содержание лоббизма как социальной практики, по нашему мнению, зависит как от уровня экономического, политического и социального развития той или иной страны, так и от уровня развития институтов гражданского общества в них, от характера и форм взаимодействия государства и общества, государства и социальных групп, в конечном счете, государства и личности, как носителя определенных социальных интересов. Немаловажное значение имеет и отношение общества и определенных его слоев к самому феномену лоббизма как социальной практике, используемой для реализации различного рода интересов путем взаимодействия с органами власти.

Общеизвестно, что взаимодействие между обществом и государством осуществляется в основном через специальные институты. Со стороны

государства участвуют государственный аппарат и органы политической власти, со стороны общества — организации, группы и иные объединения, составляющие его институциональную инфраструктуру.

В этом случае мы имеем необходимость с достаточной степенью достоверности, с учетом мнения специалистов определить модель государственного устройства современной России. При этом в своем исследовании мы опираемся на уже сложившуюся практику моделей государственного устройства, существующих сегодня в различных странах, а также на результаты экспертного опроса специалистов-обществоведов (в экспертном опросе приняли участие 312 преподавателей и научных сотрудников гуманитарных факультетов МГУ имени М.В.Ломоносова) в отношении современной России, проведенного в 2011 году.

На вопрос: «Согласны ли Вы, что модель современного социально-экономического устройства современной России представляет собой:?»²², — подавляющее количество экспертов, 208 человек или около 63%, отметили, что современное социально-экономическое устройство России не укладывается ни в одну из классических моделей государственного устройства, а представляет собой «своеобразный российский симбиоз» с причудливым переплетением характерных черт и особенностей всех вышеуказанных моделей.

Порядка 18% опрошенных экспертов считают, что в России реализуется «элитарная модель», около 15% указали на корпоративистскую модель и лишь около 3% — на модель либерального корпоративизма²³.

Подтверждением актуальности и объективности полученных данных о

²² Предложенные экспертам варианты ответов: 1) элитную модель, означающую наличие небольшой правящей элиты, более широкой по составу неправящей элиты (имеющей в своем распоряжении экономические ресурсы) и массовых слоев населения; 2) полиархию, в рамках которой государство представляет группам интересов «социальное поле» для обсуждения и согласования мнений; 3) корпоративистскую модель, предполагающую наличие жестких связей между созданными принудительным способом «корпорациями» и институтами государства; 4) неокорпоративистскую модель (либеральный корпоративизм), в основе которой лежит принцип добровольного взаимодействия добровольно созданных ассоциаций (профсоюзы и бизнес-организации) и государства; 5) своеобразный российский симбиоз упомянутых выше моделей; 6) ваше мнение (напишите).

²³ Экспертный опрос по теме: «Социально-экономическое и политическое устройство России» под руководством Павлюка А.Н., 2011 / <http://ineko.ru/d/297441/d/socialno-ekonomicheskoe-i-politicheskoe-.doc>

модели социально-экономического устройства современной России служат и результаты, полученные при ответе экспертов на вопрос об отношениях современного российского государства и бизнеса²⁴. Более 80% опрошенных (251 человек) указали, что в отношениях государства с бизнесом преобладают отношения жесткой субординации и лишь 9% указали на отношения социального партнерства²⁵.

Подобная ситуация – результат не просто «неопределенности» государственного устройства современной России, а того состояния, в котором находятся институты как самого государства так и гражданского общества. В ответах на соответствующий вопрос²⁶ около 70% экспертов отметили, что современные институты государства и гражданского общества находятся на стадии формирования, остальные указали на стадию становления и развития²⁷.

Тем самым подчеркивается, что процессы формирования модели современного государственного устройства и институционализации в основных сферах жизнедеятельности идут параллельно и неразрывно связаны друг с другом, а в отношениях между государством и бизнесом в этих условиях важное значение приобретают социальные практики, как специфические социокультурные коммуникации, формы и методы которых имеют не только серьезные отличия друг от друга, но и выполняют разные по степени своей важности социальные задачи.

Еще одна важная особенность, которую отмечают практически все современные исследователи, а также опрошенные эксперты, – высокая степень монополизации экономики страны. Современная российская

²⁴ Предложенные экспертам варианты ответов: 1) отношения жесткой субординации – главенства государства и его институтов над бизнесом и его институтами; 2) отношения координации – государство вырабатывает законы с учетом интересов бизнеса; 3) отношения социального партнерства – деятельность государства и бизнеса подчинены интересам граждан и общества; 4) Ваше мнение (напишите).

²⁵ Экспертный опрос по теме: «Социально-экономическое и политическое устройство России» под руководством Павлюка А.Н., 2011 / <http://inexo.ru/d/297441/d/socialno-ekonomicheskoe-i-politicheskoe-doc>

²⁶ Предложенные экспертам варианты ответов: 1) сформированы и полностью соответствуют институтам демократического общества; 2) находятся в стадии своего становления и развития; 3) в основном находятся на стадии формирования; 4) ваше мнение (напишите).

²⁷ Экспертный опрос по теме: «Социально-экономическое и политическое устройство России» под руководством Павлюка А.Н., 2011 / <http://inexo.ru/d/297441/d/socialno-ekonomicheskoe-i-politicheskoe-doc>

экономика – результат особого пути перехода страны на капиталистический путь развития, связанного с постсоциалистическим происхождением российского капитализма.

Государство, выступая сегодня самым крупным собственником, является и самым крупным субъектом предпринимательства, оказывая в силу своей природы, специфическое влияние на развитие экономической активности членов общества.

Ни один субъект предпринимательства не имеет таких конкурентных преимуществ, как государство. Более того, именно государство определяет сегодня параметры российского рынка, готовит законы, определяющие основные направления социально-экономического развития страны, по сути, бесконтрольно реализует свое монопольное право на присвоение и распределение валового национального продукта.

Монополизм стал сегодня основным препятствием модернизации страны, источником углубляющегося противоречия между интересами экономически активного населения страны и интересами монополий, практически закрывшим все доступные способы реализации предпринимательской инициативы граждан.

В подобной ситуации лоббизм как социальная практика приобретает черты латентного процесса, суть коррупционной коммуникации. Это подтверждают и результаты еще одного экспертного опроса, проведенного автором в 2011 г. Почти 48% опрошенных отрицательно относятся к лоббизму, еще 15% – амбивалентно, и лишь каждый пятый указал на положительное отношение²⁸.

В этой связи в работе с достаточно глубиной рассматриваются проблемы коррупции, которая, по мнению Президента РФ В.В. Путина, приобрела «системный» характер²⁹.

²⁸ Экспертный опрос по теме: «Отношение к лоббизму в российском обществе» под руководством Павлюка А.Н., 2011 / http://inexo.ru/d/297441/d/otnoshenie_k_lobbizmu_v_rossii.doc

²⁹ Путин В.В. Нам нужна новая экономика. М., 2012. С. 8.

Феномен коррупции в России, безусловно, отражает внутренние противоречия ее устройства. Тем не менее, тот факт, что любая модель экономики подвержена коррупции, свидетельствует об объективном существовании коррупции как социально-экономического явления.

С социологических позиций большинство проявлений коррупции являются формами взаимодействия, общения для решения проблем. То, что в криминологии принято называть коррупцией, в менеджменте определяется как деловая коммуникация, т.е. процесс конструктивного взаимодействия деловых партнеров, направленный на организацию и оптимизацию деятельности.

Сегодня значительная часть экономических субъектов воспринимает коррупцию как устоявшуюся деловую практику. С научной точки зрения коррупцию можно рассматривать и как нормальный компонент рыночных связей в условиях зарегулированной экономики. Она может быть понята как эксплуатация определенного социального блага: коррупционер как бы вынимает кирпичики из институтов легальной власти и дает возможность использовать их в институциональном строительстве бизнеса.

Таким образом, оценка коррупции, ассоциирующейся в России с лоббизмом, означает, что она не выступает асоциальной формой лоббизма, а является самостоятельным, системным фактором социально-экономической и политической жизни российского общества, существенным образом влияющим на развитие лоббизма как социальной практики, как элемента коммуникации государства и групп интересов, представляющих, прежде всего, существенные потребности большинства членов общества.

Лоббизм как социальная практика может и должен рассматриваться в социологии как непосредственный элемент коммуникационной среды, существенным образом отличающийся от всех известных и присущих ей социальных практик. В этой связи социологический анализ коммуникационной среды с достаточной глубиной позволяет понять не только формы и методы социальных коммуникаций (практик), но и

определить основные тренды их развития.

Предлагаемый автором подход, основанный на понимании коммуникационной практики, прежде всего как практики социальной, позволит дифференцировать сферы профессиональной деятельности по критерию их соответствия удовлетворению насущной социальной потребности в гармонизации общественных отношений.

Таким образом, рассматривая лоббизм в контексте элемента коммуникационной среды необходимо отметить, что лоббизм есть деятельность, которая выстраивает параллельно с решениями внутренних задач такую коммуникационную среду, которая востребована образами будущего.

Во втором параграфе « Технологии и инструменты лоббизма как социальной практики» раскрывается суть технологий и инструментов, присущих именно лоббизму как социальной практике, специфической форме коммуникации.

В современных отечественных социологических исследованиях достаточно подробно представлена дифференциация способов, методов и стратегий коммуникации, применяемых в различных сферах жизнедеятельности общества. Каждый из видов коммуникации: связи с правительством (GR), связи с общественностью (PR), реклама и т.д., – в той или иной мере проанализирован в рамках предметного поля социально-гуманитарных наук. Это обусловлено тем фактором, что современные системы корпоративных, организационных коммуникаций в целом направлены на формирование и поддержание цивилизованных общественных отношений. Такая направленность характеризует их как определенный социальный процесс.

Под "лоббизмом" как элементом коммуникативных (социальных) практик мы понимаем многоплановое взаимодействие (участие) граждан, групп граждан, общественных объединений, организаций, предприятий или отдельных лиц, с органами государственной власти с целью оказания

влияния на принятие необходимых только им решений (законодательных актов, административных, политических и иных официальных решений) и (или) для постоянного отстаивания своих интересов.

Рассматривая лоббизм как деятельность, социальную практику, включенную в коммуникационные процессы, отметим, что сегодня не существует какого-то единого подхода к характеру его технологической и инструментальной составляющей. Рядом исследователей выделяются некие подходы, в той или иной степени отражающие действительность.

1. Психологический подход;
2. Системно-функциональный (институциональный) подход;
3. Инструментальный подход;
4. Процедурный подход;
5. Плюралистический подход;
6. Корпоративистский подход;
7. Коммуникационный (информационный, субсидиарный) подход.

Совокупность указанных выше подходов – отличительная черта лоббизма как социальной практики именно в условиях современной России, которые были отмечены нами в предыдущем параграфе исследования.

От существующих коммуникационных практик лоббизм отличается и своими технологиями.

Если подходить формально, то лоббистскими технологиями можно считать все те виды деятельности, которые содержат определённые методы (или совокупность методов) воздействия на процесс принятия решений в органах государственной власти и институтах гражданского общества. Как и всякие технологии, лоббистские технологии включают в себя приемы, режимы работы, операции и процедуры. Лоббистские технологии тесно связаны с применяемыми средствами и инструментами. В социальной практике хорошо известны классические технологии лоббизма. Такие, как: участие (взносы) в избирательных кампаниях, выступления в профильных комитетах законодательного органа и разного рода слушаниях, составление

законопроектов и вынесение их на обсуждение парламента, организация пропагандистских кампаний по поводу готовящихся или принятых решений, публикация данных голосований депутатов по законопроектам, проведение научно-практических конференций с участием представителей власти, презентация результатов исследований (в т.ч. социологических опросов) в СМИ и органах власти, взаимодействие с прессой), организация торжественных встреч и приемов для представителей власти, опосредованный и прямой подкуп должностных лиц, интернет-технологии (в т.ч., такие негативные формы, как электронные слухи, распространение компромата), рекламные технологии применительно к продвигаемым решениям и пр.

С нашей точки зрения специфические технологии и сложившиеся инструменты лоббистской деятельности в России можно с достаточной степенью условности объединить в блоки, что дает возможность более предметно и точно определить именно направления лоббизма как социальной практики, отличной от других практик таких как GR, PR, PA и т.д.

Первый кластер технологий и инструментов мы определяем как Проактивный блок, формирующий систему активных публичных действий:

1. Активное сотрудничество с региональными и общефедеральными ассоциациями, специализирующимися на защите различных интересов в органах государственной власти;
2. Организация протестных кампаний (митинги, забастовки и т.п.);
3. Использование кризисных тенденций профильной отрасли для публичных дискуссий;
4. Проведение политики максимальной открытости в отношении спорных и конфликтных ситуаций, в т.ч. участие в судебных делах.

Второй – Информационный блок, означающий:

1. Ведение актуальной базы данных и постоянная информационно-аналитическая работа по изучению текущей конъюнктуры в организации и окружающей ее среде;

2. Использование PR-технологий в части, касающейся формирования общественного мнения и широкого обсуждения проблемных вопросов;

И, наконец, третий Блок латентной работы, предполагающий:

1. Включение так называемых агентов влияния в структуры компаний-конкурентов и аппарат профильных ведомств за счет вхождения в наблюдательные советы и т.п.;

2. Выстраивание непосредственных коммуникаций с субъектами политического процесса с использованием дифференцированного подхода к стратегиям партнерства с чиновниками разного уровня и статуса;

3. Взаимодействие с командами лоббистов конкурирующих групп интересов, в т.ч., навязывание конкурентам заведомо неэффективных (но внешне перспективных) объектов лоббистского воздействия.

Таким образом, лоббисты используют в своей деятельности широкий набор различных коммуникационных технологий. Для иллюстрации в диссертации приводятся несколько достаточно типичных кейсов из практики российских лоббистов.

В Заключении подводятся итоги, формулируются основные выводы, систематизируются результаты диссертационного исследования.

Основные положения диссертации изложены в следующих публикациях автора:

Статьи, опубликованные в ведущих рецензированных журналах и изданиях, рекомендованных ВАК при Министерстве образования и науки Российской Федерации:

1. Павлюк А.Н. Проблемы институционализации лоббизма в современной России // Экономика и управление, 2011, № 10 (72). 0,5 п.л.

2. Павлюк А.Н. / Бурдейный Н.Н., Хоценко В.П. Общественная палата Российской Федерации как важнейший институт социального контроля в современной российской системе управления / «Управленец», 2012, № 5-6. 0,6 п.л./ 0,3 п.л.(авт.)

В других научных изданиях:

3. Павлюк А.Н. «Проблемы формирования единого антикоррупционного пространства в России» / Сборник публикаций РГСУ, 2011. 0,4 п. л.

4. Павлюк А.Н. Лоббизм: проблемы институционализации в России / Материалы научно-практической конференции «Работа с обращениями граждан и организаций: право и практика» / М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2011. 0,3 п.л.

Социологические исследования:

5. Экспертный опрос по теме: «Отношение к лоббизму в российском обществе» под руководством Павлюка А.Н., 2011 / [электронный ресурс] http://inexo.ru/d/297441/d/otnoshenie_k_lobbizmu_v_rossii.doc

6. Экспертный опрос по теме: «Социально-экономическое и политическое устройство России» под руководством Павлюка А.Н., 2011 / [электронный ресурс] <http://inexo.ru/d/297441/d/socialno-ekonomicheskoe-i-politicheskoe-.doc>

Подписано в печать 26.10.2012г.

Усл.п.л. – 1.5

Заказ №11205

Тираж: 100экз.

Копицентр «ЧЕРТЕЖ.ру»

ИНН 7701723201

107023, Москва, ул.Б.Семеновская 11, стр.12

(495) 542-7389

www.chertez.ru