Толстых Павел Александрович

ИНТЕРЕСЫ ПОЛИТИЧЕСКИХ СТЕЙКХОЛДЕРОВ И ЛОББИСТСКОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ: СООТНОШЕНИЕ КАТЕГОРИЙ

Статья раскрывает универсальные ценности и мотивы представителей публичной власти, обуславливающие их поведение, что позволит профессиональным лоббистам избежать потенциальных конфликтов и неудач в процессе взаимодействия с политическими стейкхолдерами. Автор анализирует существующие на сегодняшний день психологические теории, объясняющие поведение бюрократии, и, учитывая современные тенденции и специфику политического процесса в России, описывает возможные варианты взаимодействия групп интересов с политическими стейкхолдерами, которые позволят им обеспечить максимизацию выигрыша (т.е. приведут к принятию необходимого решения).

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/3/2012/9-2/40.html

Источник

Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2012. № 9 (23): в 2-х ч. Ч. II. С. 170-176. ISSN 1997-292X.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/3.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/3/2012/9-2/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: voprosy_hist@gramota.net

УДК 323.2
Политология

Статья раскрывает универсальные ценности и мотивы представителей публичной власти, обуславливающие их поведение, что позволит профессиональным лоббистам избежать потенциальных конфликтов и неудач в процессе взаимодействия с политическими стейкхолдерами. Автор анализирует существующие на сегодняшний день психологические теории, объясняющие поведение бюрократии, и, учитывая современные тенденции и специфику политического процесса в России, описывает возможные варианты взаимодействия групп интересов с политическими стейкхолдерами, которые позволят им обеспечить максимизацию выигрыша (т.е. приведут к принятию необходимого решения).

Ключевые слова и фразы: лоббизм; группы интересов; стейкхолдеры; бюрократия; внутриведомственная культура (корпоративный ценностный ряд); мотивация.

Павел Александрович Толстых, к. полит. н.
Кафедра интегрированных коммуникаций
Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»
7443421@gmail.com

ИНТЕРЕСЫ ПОЛИТИЧЕСКИХ СТЕЙКХОЛДЕРОВ И ЛОББИСТСКОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ: СООТНОШЕНИЕ КАТЕГОРИЙ©

Большинство подходов к определению сущности лоббизма связывают данное политическое явление с неким процессом воздействия представителей заинтересованных групп на представителей публичной власти с целью учета их интересов в государственных решениях. Несмотря на то, что только в России лоббизму как явлению посвящено уже более 50 кандидатских диссертаций и 3 докторские работы (информация по состоянию на июль 2012 года), интересы политических стейкхолдеров в данных взаимоотношениях остаются в стороне от магистральных исследований.

Лоббирование – это двусторонний процесс, в котором участвуют две стороны, преследуя свои интересы и выгоды. Следовательно, чтобы оказать результативное воздействие, необходимо, как минимум понимать, мотивационную сферу лица, принимающего решение, его систему ценностей и интересов. На наш взгляд, без рассмотрения данного вопроса нельзя говорить о понимании такого сложного общественно-политического феномена, как лоббизм. Данная работа не претендует на целостное раскрытие мотивационной сферы политических стейкхолдеров во взаимоотношениях с лоббистами, однако, проанализировав имеющуюся литературу, а также систематизировав собственный многолетний опыт наблюдений за данными взаимоотношениями, мы представим некоторые универсальные ценности и мотивировки представителей публичной власти, которые обуславливают их поведение и которые необходимо понимать при занятии лоббистской деятельностью, чтобы избежать потенциальных конфликтов и неудач.

В рамках данной работы мы будем использовать термин политический стейкхолдер – это обобщенное название представителя государственной (муниципальной) власти, в котором заинтересован лоббист, так как от его мнения (позиции, резолюции, заключения, голосовании и пр.) зависит судьба интересующего лоббиста вопроса. Политических стейхолдеров для удобства мы разделим на представителей публичной власти, непосредственно избираемых населением (например, парламентариев) и чиновников (бюрократов), назначаемых на свои должности. Данное деление представляется необходимым, поскольку в процессе коммуникации с лоббистами каждый из них имеет свой обособленный интерес.

Остановимся на каждом виде интересов более детально.

Интересы бюрократии и лоббизм.

Согласно политологическому словарю, бюрократия (от франц. *bureau* – канцелярия и греч. *kratos* – власть) - это система управления, основанная на вертикальной иерархии и призванная выполнять поставленные перед нею задачи наиболее эффективным способом [2]. В нашем исследовании под бюрократией мы будем понимать наемных (не избираемых) служащих (чиновников) публичных органов власти, характеризующихся строгой иерархией взаимоотношений, четким разделением функций, стандартизированными схемами принятия решений.

Поведение бюрократии, на наш взгляд, обусловлено как минимум тремя факторами (индивидуальный фактор нами намерено не рассматривается, так как, во-первых, относится, скорее, к предмету психологии, а, во-вторых, раскрывает особенности личности, а не универсальные особенности профессионального класса, которые мы здесь пытаемся вывести): 1) общими ценностями, характерными для данного класса (профессиональный ценностный ряд); 2) нормативными предписаниями, положениями, закрепляющими его конкретные полномочия; 3) особенностями системы (внутриведомственной культурой), в которой он функционирует (корпоративный ценностный ряд). Проанализируем каждый из данных факторов подробнее.

1. Профессиональный ценностный ряд

Политологи В. Жукова и Б. Краснова считают, что ядро бюрократической системы ценностей образует карьера, с которой сопоставляются все помыслы и ожидания, тесно связаны статус и престиж служащего.

© Толстых П. А., 2012

Другим важным элементом бюрократической системы ценностей выступает самоидентификация служащего с большой и влиятельной организацией, служение организации как средству достижения собственной выгоды [11, с. 59]. Представляется, что под карьерой ученые понимают продвижение по властной вертикали, в результате чего повышается влияние чиновника, растет его власть. С другой стороны, государственный статус и связанные с этим блага (стабильность, уважение и пр.) являются для чиновника базисной ценностью, именно благодаря этому он предпочел государственную службу работе в бизнесе. Таким образом, быть причастным к государству, масштабность деятельности, ее непосредственное влияние на происходящие в государстве изменения, круг общения и пр. имеют для чиновника гораздо большее значение, чем финансовая составляющая.

Не в полной мере разделяют данную точку зрения сторонники теории рационального выбора. Например, российский экономист Р. Нуреев, анализируя мотивацию бюрократии при выработке государственных решений, приходит к выводу, что бюрократы стремятся к принятию таких решений, которые открывали бы для них доступ к самостоятельному использованию разнообразных ресурсов. На экономии общественных благ они мало что могут заработать, принятие же дорогостоящих программ предоставляет им широкие возможности для личного обогащения, усиления влияния, укрепления связей с поддерживающими их группами и в конечном счете для подготовки путей «отхода» на какое-нибудь «теплое» местечко [10, с. 171]. Данный подход был заложен еще основоположником экономической теории бюрократии, американским ученым В. Нисканеным, который считал, что в качестве аргументов функциональной полезности бюрократа выступают жалованье, число подчиненных и их зарплата, общественная репутация, сопутствующие должности блага, власть и статус. Поскольку большинство этих аргументов в функциональной полезности бюрократа напрямую зависят от величины бюджета, то отсюда следует, что максимизирующий полезность бюрократ стремится максимизировать бюджет [20, p. 112]. Величина этого бюджета, полнота его властных полномочий, количество подчиненных, уровень решаемых вопросов, непосредственно зависят от сохранения и укрепления его положения на властной вертикали. Именно эти блага являются базисными в его системе мотиваций и определяют его действия.

2. Нормы и положения, закрепляющие конкретные полномочия бюрократа

Бюрократ, в отличие от избираемого политика, не самостоятельно выбирает предмет своей деятельности: его полномочия, сфера ответственности строго закреплена в нормативных актах, регулирующих его деятельность. Как правило, общая сфера ответственности органа власти прописывается в федеральных законах, конкретизируется в положении о деятельности ведомства, в положении о структурном подразделении ведомства (департамента, управления, отдела) и пр. Полномочия конкретного чиновника структурного подразделения ведомства могут быть уточнены приказом вышестоящего руководителя или его устным распоряжением. Понимать нормативную сферу ответственности чиновника для лоббиста чрезвычайно важно, так как именно она определяет его возможности и потенциальные действия. Данная ответственность может быть связана с какой-то определенной проблемной сферой (например, «инвестиции», «собираемость налогов» и пр.), либо иметь ярко выраженную отраслевую специфику (здравоохранение, сельское хозяйство и пр.).

Отдельный интерес в рамках рассматриваемого нами вопроса представляет нормативное закрепление полномочий чиновника при взаимоотношении с лоббистами. Стоит отметить, что во многих странах (США, Великобритания, Канада, Германия и пр.) они строго регламентируются как самостоятельными федеральными законами, так и специальными нормами в положениях о деятельности ведомства, отдельными уточняющими инструкциями, которые, как правило, связаны с передачей информации, приемом подарков, приглашением на обеды и пр. Основной тренд в государственном управлении последних десятилетий направлен на максимальную прозрачность данных взаимоотношений.

3. Особенности внутриведомственной культуры ведомства (корпоративный ценностный ряд)

Под внутриведомственной культурой мы понимаем свод неформальных правил, отношений, сложившихся в ведомстве. Российский психолог И. Бурикова определяет данное явление термином «субкультура власти» и связывает ее особенности с психологическими аспектами формирования руководящих сотрудников ведомства, выделяя партработников, стройотрядовцев, комсомольцев, бизнесменов 80-х, бизнесменов 90-х, бизнесменов 2000-х, строителей, транспортников, военных, «гэбистов» и др. Каждая субкультура во власти имеет свою историю возникновения, своих сторонников, правила коммуникации, нормы и традиции общения, свои внешние и внутренние признаки, обладает свойствами открытости или закрытости и т.д. [4, с. 348-353].

Очевидно, что внутриведомственная культура (или субкультура) определяется руководством ведомства, которое на основании своих взглядов и представлений формирует основной кадровый состав по принципу «свой - чужой», на основании разделения корпоративных ценностей. Корпоративные ценности, характерные для того или иного ведомства, могут иметь длительный и довольно устойчивый характер. Показательным примером данной устойчивости в России является федеральная служба безопасности, которая на протяжении уже многих десятилетий (со времен ЧК) имеет непростые отношения с гражданским обществом, или государственная автоинспекция, которая, несмотря на антикоррупционные инициативы, предпринятые Президентом РФ Дмитрием Медведевым [8; 9], все еще является чрезвычайно коррумпированным ведомством. Видимо, с целью радикального изменения культуры ведомства, в конце 2000-х годов практически одновременно было уволено из структур МВД Грузии более 80% его кадрового состава. Новое ведомство было укомплектовано гражданским персоналом, до этого не имевшим отношения к правоохранительной системе страны. Благодаря проведенной реформе доверие граждан к МВД выросло в несколько раз, а бытовая коррупция была практически ликвидирована [3, с. 152].

Лоббисту при взаимоотношении с представителями ведомства следует четко представлять принятую в нем корпоративную культуру. Анализируя особенности функционирования органов исполнительной власти в современной России, можно субъективно дать оценку характерным чертам отдельных ведомств.

Таблица.

Особенности внутрикорпоративной культуры ряда российских ведомств

Название ФОИВ (федерального органа исполнительной власти)	Характеристика внутриведомственной культуры
ФАС России	Руководство ФАС России генетически связано с демократической партией «Яблоко». Отсюда - максимальная открытость и прозрачность во взаимоотношениях с обществом, наличие наибольшего количества среди всех ведомств экспертных советов. Нелюбовь к большим корпорациям и защита представителей малого бизнеса. Коррупционность относительно небольшая.
Министерство промышленности России	Минпром по своей компетенции много взаимодействует с промышленностью, запрашивая и анализируя производственную информацию. Многие руководящие сотрудники ведомства – выходцы из бизнеса.
Министерство экономического развития России	На корпоративную культуру ведомства оказал и оказывает значительное влияние его бывший министр Г. О. Греф, который с группой единомышленников предпринял ряд либеральных реформ в начале 90-х. Сотрудники ведомства напоминают, скорее, менеджеров корпораций с нацеленностью на результат и четкой системой отчетности.
Министерство здравоохранения России	Минздрав – одно из самых закрытых ведомств в России. Объясняется это значительным количеством влиятельных противников любых инициатив ведомства в бизнес-среде (табачная, алкогольная, отчасти фармацевтическая отрасли). Коррупционность высокая. Связана с распределением бюджетных средств на закупку лекарственных препаратов.

Понимание представленной системы мотиваций бюрократии необходимо лоббистам для более эффективной реализации своих интересов в государственной среде, так как именно от конкретных чиновников зависит их успех при реализации той или иной кампании. Понимая внутренние ценности бюрократического класса, его потребности, лоббист сможет установить коммуникацию с представителем власти, а своевременное реагирование на его потребности сделают эти отношения долговременными. Как следствие с ростом положения чиновника на бюрократической лестнице будет расти и профессиональный капитал лоббиста.

Приведенная система мотиваций определяет особенные, отличительные характеристики бюрократов, непонимание которых может стать причиной конфликтов. Разберем пять наиболее типичных таких характеристик.

Первое. Максимальное снятие личной ответственности. Важной для нас особенностью бюрократии является ее стремление максимально снять с себя ответственность за принятие любых решений. Еще К. Маркс называл это свойство бюрократии зависимостью от авторитета. Авторитетом могут выступать не только вышестоящее руководство или аналогичные чиновники в других структурных подразделениях ведомства (на которые чиновник старается переложить ответственность), но и законы, указы, всевозможные инструкции и постановления [5, с. 16]. Именно поэтому любая стандартизация деятельности соответствует интересам государственных служащих - она исключает личную ответственность. Другим проявлениям ограничения ответственности является наличие специфического канцелярского языка и поведения (общие фразы, неопределенные выражения, стремление обезопасить процедуры, из которых исключена альтернативность).

Второе. Избегание любых инициатив. Австрийский экономист Л. фон Мизес полагает, что для бюрократического ума следование законам, то есть приверженность привычному и устаревшему, является главной из добродетелей [7, с. 102]. Подавление любой инициативы, если она формально не регулируется правилами и процедурами, продиктована желанием чиновника как можно дольше сохранять свой пост, избегая конфликтов и ответственности. Именно поэтому чиновник будет действовать строго в рамках своей компетенции. Попытки лоббиста убедить чиновника выйти за рамки, практически наверняка, обречены на неудачу. Типичными ошибками здесь являются просьбы лоббиста к чиновнику, с которым уже установлен контакт, например, получить информацию из другого структурного подразделения ведомства или повлиять на решения. В силу чрезмерной осторожности чиновник не будет выходить за рамки, обуславливающие его деятельность процедур. Поступив иначе, чиновник не только привлечет к себе внимание (так как его поведение будет выходить за рамки соответствующей ведомственной культуры), но и рискует быть обвиненным в коррупционных мотивах и пр.

Третье. Формализм бюрократии. Жесткая регламентация деятельности заставляет переключаться чиновника с целей на средства. Таким образом, соблюдение должных формальностей часто означает для него больше, чем решение самого вопроса. Именно благодаря этому свойству для лоббиста чрезвычайно важно соблюдать принятые в бюрократическом мире процедуры, соответствовать принятой в ведомстве культуре при выработке предложений, подготовке писем, обращений и пр. В своей работе лоббист может столкнуться с поведением, когда чиновник, с которым установлен контакт, будет стремиться скрывать от него вроде бы незначительную информацию, связанную, например, с внутренней административной процедурой,

разрабатываемой позицией ведомства и пр. Аргументы, что запрашиваемая информация не представляет никакой ценности, малозначима, легкодоступна и пр., не возымеют успеха. Данное поведение бюрократа обусловлено тем, что наличие какой-либо информации, на которое распространяется его влияние, является его ключевым и иногда единственным ресурсом.

Четвертое. Скрытность бюрократии. Бюрократы в отличие от публичных политиков в преобладающем большинстве случаев безразличны к результатам своей публичной деятельности, так как их личное благополучие не только не зависит от публичного капитала, но и может повредить, поскольку такая чрезмерная активность, скорее всего, вызовет недовольство вышестоящего руководства.

Пятое. Преобладание частных интересов над государственными. Теория рационального выбора говорит нам о смещение ориентации чиновника с потребностей общества на собственные интересы, а также на интересы вышестоящих руководителей, от которых зависит бюрократ: эгоистическая природа «власти» приводит обладателя этой власти-бюрократа к тому, что его озабоченность увеличением общественного блага лишь в том случае имеет реальное воплощение, если ему это действительно выгодно [1, с. 135]. Это приводит к известному противоречию, когда лоббист убеждает чиновника лишь выполнить его же собственные обязанности.

Интересы публичного политика и лоббизм

В рамках рассматриваемого здесь вопроса под публичным политиком мы будем понимать любое избираемое на выборах лицо федерального, регионального или муниципального уровня. С целью проанализировать мотивирующие его деятельность факторы, для нас важно, что его политическая карьера, прежде всего, зависит от выбора граждан, рядовых избирателей. Именно эта зависимость обуславливает его деятельность, которая направлена на стремление повысить рост своей популярности среди избирателей.

Анализируя психологические аспекты деятельности представителей российского парламента, А. Косопкин выделяет четыре типа их мотиваций [6, с. 169]:

1. **Мотивация достижения и самоутверждения** опосредована стремлением парламентариев к самосовершенствованию и успеху, высокому профессионализму деятельности; основывается на стремлении депутатов к высокому социальному и политическому статусу, профессиональному авторитету.
2. **Мотивация по типу социальной идентификации** базируется на отождествлении парламентариями себя с какой-либо (большой или малой) социальной группой или общностью. Выражается в негативном или в крайних случаях в пассивном отношении к установкам, не соответствующим нормам и стереотипам собственной группы.
3. **Мотивация вознаграждением (прагматическая мотивация)** ориентирована на социальное и материальное вознаграждение; предполагает устойчивый интерес отдельных парламентариев к личной или групповой выгоде вне зависимости от ее нравственного значения.
4. **Мотивация избегания неудач** выражается в стремлении депутатов к сохранению положительных эмоций, позитивных взаимоотношений среди парламентариев и с избирателями. Характеризуется ориентацией на результат и поверхностным интересом к содержанию парламентской деятельности.

Исследуя деятельность российских парламентариев уже более десяти лет [13; 16, с. 1-78; 17, с. 1-112; 18, с. 158-188], мы можем добавить еще ряд мотивирующих факторов, влияние каждого из которых изменяется в зависимости от общественно-политической конъюнктуры, но всегда остается значимым.

1. Мотивация возможностей, которые возникают с избранием и позволяют реализовать задуманное (характерна для общественных лидеров).
2. Мотивация сделать политическую карьеру, перейдя на руководящие позиции в администрацию президента, органы исполнительной или судебной власти.
3. Мотивация безопасности, возможность получить депутатскую неприкосновенность, как способ сохранить активы (характерна для региональных бизнесменов, сделавших состояние теневым путем).
4. Мотивация обновления, желание попробовать себя в чем-то новом, при этом в том, что соответствовало бы высокому статусу (характерна для предпринимателей, реализовавших себя в бизнесе).
5. Мотивация служения: ситуация, при которой заинтересованная группа направляет своего представителя в парламент с целью обеспечения ее интересов (характерна для сотрудников департаментов по связям с органами государственной власти крупных корпораций).

Разберем типичные факторы, которые обуславливают поведение публичных политиков: 1) профессиональный ценностный ряд - общие ценности, характерные для данного класса; 2) корпоративный ценностный ряд - особенности системы (внутриведомственной культуры), в которых они функционируют. Разберем, каждый из них подробнее.

1. Профессиональный ценностный ряд

Доминирующим мотивом деятельности у большинства публичных политиков является возможность быть переизбранным. Именно возможность сохранять свой пост позволяет им иметь и высокий социальный и политический статусы, и возможность относится к партии, сумевшей преодолеть установленный на выборах барьер и сформировать парламентскую фракцию, и возможность благодаря всему этому получать значительное вознаграждение. Исследуя данный мотив у депутатов российского парламента, А. Косопкин приходит к выводу, что «не успев облачиться в депутатскую мантию, парламентарий оказывается озабочен проблемой переизбрания. Это заставляет его ставить во главу угла интересы не только партии, округа, но и учитывать интересы тех организаций и групп, которые уже оказывали или способны оказать ему финансовую или иную

поддержку. Жизнь заставляет депутата оценивать любой законопроект, даже посвященный острым национальным проблемам, исходя, прежде всего, из того, какую пользу можно извлечь из него для себя. Вполне очевидно, что личные интересы депутата заставляют его служить групповым интересам» [6, с. 141-142].

Проблема переизбрания заставляет публичного политика балансировать между интересами социальных и бизнес групп. Первые – главным образом обладают электоральным ресурсом (например, профсоюзы); вторые – финансовым, в котором политик заинтересован в период выборов. Таким образом, позиции данных групп не могут не учитываться при выработке государственных решений. По нашим наблюдениям из области формирования федерального законодательства, практически каждое его изменение приводит к возникновению конкретных интересов у данных групп. Происходит это потому, что в силу своего масштаба, широты деятельности и пр. данные изменения каждый раз прямо отражаются на показателях их деятельности. Стоит отметить, что данные интересы могут сталкиваться и противоречить друг другу. Цель политика в данном случае - найти необходимый компромисс, который обеспечит лояльность обоих групп. Зачастую это сделать непросто. Например, явная поддержка табачного законодательства или игнорирование экологических проблем обеспечат политику необходимую поддержку со стороны бизнеса, однако его репутационный капитал, так необходимый в период выборов, будет растрачен. Деятельность лоббистов при таком противоречии, напоминает жонглирование финансовым и социальным капиталами: они убеждают политических деятелей поддержать ту или иную выгодную им инициативу, ссылаясь или на общественную ее поддержку (которая может понадобиться политику при очередных выборах), или на интересы экономических групп (чьи деньги необходимы для проведения избирательной кампании).

2. Корпоративный ценностный ряд

На мотивационную сферу публичных политиков оказывают серьезное влияние особенности политической системы, в которой они функционируют. Здесь и особенности избирательного процесса, и существующая в депутатском объединении партийная дисциплина, и независимость от других ветвей власти, и многое другое. Каждый из этих факторов может оказать решающее влияние на поведение политика. Непонимание лоббистом внутренней, часто неформальной «кухни» политической системы может привести к неудачам. Например, особенности избирательной системы, при которой формируется парламент, оказывают существенное влияние на поведение депутата, что естественным образом отражается на особенностях его взаимоотношений с лоббистом. Мажоритарная система выборов, при которой член парламента несет персональную ответственность перед избирателями своего округа, делает его независимым от партийных функционеров и возможного давления со стороны исполнительной власти при рассмотрении тех или иных вопросов. Депутат в таком случае обладает прямой легитимностью, полученной им лично от избирателей своего округа. Однако, указанная ситуация, делает его зависимым от общественного мнения, интересов локальных групп и, соответственно, лоббистов, которые могут обеспечить его социальной и финансовой поддержкой при очередных выборах. При пропорциональной системе, в результате которой парламент формируется по спискам победивших на выборах партий, публичный политик по аналогии с бюрократом заинтересован, скорее, в упрочнении своего положения в партийной иерархии, чем в популярности среди избирателей. В таком случае политик крайне зависим, и любой шаг будет согласовывать с партийным руководством и пр.

В заключение следует отметить, что профессиональному лоббисту необходимо внимательно отслеживать любые потребности политического стейкхолдера, помощь в реализации которых будет способствовать укреплению их взаимоотношений. При этом ему следует четко понимать характерные мотивы, обуславливающие поведение политического стейкхолдера. В психологии есть множество определений того, что такое потребности: В. Куницына определяет потребности как состояние нужды в объективных условиях, предметах, объектах, без которой невозможно развитие и существование живых организмов, их жизнедеятельности [12, с. 345]. Потребность понимается как дискомфорт между внутренними и внешними условиями деятельности человека. Поэтому деятельность человека выстраивается в соответствии со слабыми точками, с теми потребностями, которые не удовлетворены и создают «психическое напряжение» в человеке. Таким образом, потребности являются спусковым крючком любого поведения человека, начиная от его базовой активности и заканчивая профессиональной деятельностью. При взаимодействии с политическим стейкхолдером необходимо учитывать систему его потребностей как основу понимания мотивов его поведения. Стоит отметить, что согласно теории общественного выбора, политические стейкхолдеры легко находят общий язык с лоббистами именно благодаря тому, что последние чутко чувствуют и могут реализовать их потребности. Лоббисты помогают «своим» представителям в различных ветвях власти получить и удержать данное положение, в то время как чиновники и политики отстаивают интересы «своих» лоббистов [1, с. 205].

Подводя итог, соотнесем типичные потребности политического стейкхолдера и возможные конкретные действия лоббиста. Условно данные потребности, в реализации которых может помочь лоббист, мы разобьем на три вида: информация, деньги и *PR*. Рассмотрим каждую из них подробнее.

Информация

Лоббист имеет возможность и необходимые ресурсы для качественной подготовки справок, заключений и пр. Он может привлекать лучших экспертов, исследовать международный опыт и пр. Для чиновника хорошо подготовленный, проработанный документ – один из главных критериев оценки его профессионализма. Лоббисту следует снабжать чиновника важной для него информацией, повышающей его профессиональный и экспертный уровень. С другой стороны, лоббист может помочь чиновнику реализовать его

ведомственные инициативы, например, подключив свои связи в парламенте, стимулировав принятие нужного закона или формирование целевой программы, или дополнительного бюджетного финансирования.

При работе с лоббистом публичного политика может заинтересовать два вида информации: а) информация, связанная с подготовкой документа (решения), в разработке которого он принимает (может принять) участие; б) информация, связанная с предпочтениями избирателей. Первый тип информации связан с непосредственной компетенцией политика, она важна для него, так как позволяет ему лучше позиционироваться в политическом поле (выступать в области эксперта, профессионала), использовать широту аргументов и пр. Второй тип информации позволяет политику в правильном русле реагировать на те или иные политические вызовы, в лучшей степени удовлетворяя потребности своих избирателей и тех групп влияния, на которые он опирается [14, с. 165-169].

Деньги

Лоббист имеет возможность легально улучшать финансовое состояние чиновника, например, приглашая его на платные лекции, заказывая научные и творческие работы по проблемам его компетенции. С другой стороны, имея связи в бизнесе, лоббист представляет интерес для чиновника и в контексте возможного временного ухода с государственной службы, что довольно распространено, например, при победе оппозиционной партии на выборах в парламентских республиках.

Мобилизация капитала для публичного политика может осуществляться со стороны заинтересованных лиц лоббистами. Лоббист, привлекая деньги на избирательную кампанию со стороны заинтересованных общественных, профессиональных или корпоративных структур, при этом берет с политика обещания отстаивать те или иные позиции, в которых заинтересованы его заказчики, в политическом поле. Таким образом, через инструменты так называемого «бандлинга» (англ. *bundling* - дословно *пакетирование предоставляемых услуг*) - организационный метод мобилизации капитала со стороны заинтересованных лиц для проведения предвыборной кампании кандидата на публичную должность или политической партии) лоббист устанавливает неформальные связи с потенциальными политическими лидерами в момент, когда они в наибольшей степени заинтересованы в такого рода контактах [15, с. 205-214]. Если рассмотреть опыт США, то большинство комитетов политического действия, которые аккумулируют финансовые ресурсы в поддержку того или иного политика, стали ничем иным, как лоббистами их интересов. Некоторые из них являются структурными подразделениями лоббистских отделов создавших их организаций (коммерческих фирм, корпораций). Нередко главный лоббист такой организации возглавляет созданный ею комитет. Например, в 2011 году корпорация *Facebook* сформировала собственный комитет политического действия для финансовой поддержки близких ей кандидатов на будущих выборах и продвижения интересов социальной сети в органах власти США. Согласно статье в «Вестнике американского лоббиста» газеты *The Hill*, в этом году *Facebook* потратила на лоббистские цели рекордную для себя сумму - 550 тысяч долларов. Представитель компании, в частности, заявил, что комитет будет поддерживать кандидатов, которые «разделяют наши цели, отстаивая ценность инноваций в нашей экономике». Курировать деятельность комитета будет назначенный с июня 2011 года вице-президент по глобальным коммуникациям компании Дж. Локхарт, бывший пресс-секретарь президента США Билла Клинтона [19].

PR

Лоббист имеет возможность популяризировать сильные качества политического стейкхолдера в профессиональной и общественной среде, а также нейтрализовывать потенциальных политических оппонентов. По нашему опыту, данный ресурс лоббиста более востребован публичными политиками, хотя довольно часто может быть использован и руководящим составом государственных ведомств.

Очевидно, что ключевые потребности политического стейкхолдера (деньги, информация и *PR*) обуславливают определенный тип поведения, который избирает для себя лоббист в процессе взаимодействия с актором, от которого зависит решение проблемного вопроса, входящего в поле интересов лоббиста или его работодателя.

Список литературы

1. **Альпидовская М. Л.** Эволюция института бюрократии в социально-экономической системе: дисс. … д-ра экономич. наук. М., 2009. 388 с.
2. **Большая актуальная политическая энциклопедия** [Электронный ресурс]. URL: http://www.politike.ru/dictionary/839/word/byurokratija (дата обращения: 10.07.2012).
3. **Буракова Л. А.** Почему у Грузии получилось? М.: ООО «Юнайтед Пресс», 2011. 271 с.
4. **Бурикова И. С.** «Government-to-Government» как новая форма российской *GR*-коммуникации // Перспективы развития политической психологии: новые направления: материалы международной научной конференции (22-23 октября 2010 г.) / под ред. Е. Б. Шестопал. М.: Издательство Московского университета, 2012. С. 348-353.
5. **Восканян С. С.** Бюрократия и правящая элита: сравнительный анализ: автореф. дисс. … канд. филос. наук. Ростов н/Д, 1996. 18 с.
6. **Косопкин А. С.** Психологические особенности лоббирования в парламентской деятельности: дисс. … канд. психол. наук. М., 1997. 192 с.
7. **Мизес Л. фон.** Бюрократия. Челябинск: Социум, 2006. 200 с.
8. **Национальная стратегия противодействия коррупции** [Электронный ресурс]: Указ Президента РФ от 13 апреля 2010 года № 460. URL: http://news.kremlin.ru/ref_notes/565 (дата обращения: 13.04.2010).

9. **Национальный план противодействия коррупции на 2010–2011 гг.** [Электронный ресурс]: Указ Президента РФ от 13 апреля 2010 года № 460. URL: http://news.kremlin.ru/ref_notes/566 (дата обращения: 13.04.2010).
10. **Нуреев Р. М.** Курс микроэкономики: учебник для вузов. Изд-е 2-е, изм. М.: НОРМА, 2000. 462 с.
11. **Общая и прикладная политология**: учебное пособие / под общ. ред. В. И. Жукова, Б. И. Краснова. М.: Союз, 1997. 992 с.
12. **Психология**: учебник / под ред. А. А. Крылова. М.: Проспект, 1998. 584 с.
13. **Толстых П. А.** Закат Государственной Думы. Лоббисты российских компаний больше не ищут поддержки у депутатов // Компания. 2004. 23 февраля.
14. **Толстых П. А.** Лоббизм как информирование // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2012. № 7 (21): в 3-х ч. Ч. II. С. 165-169.
15. **Толстых П. А.** Лоббизм как коррупционная технология // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2012. № 6 (20): в 2-х ч. Ч. II. С. 205-214.
16. **Толстых П. А.** Лучшие лоббисты Государственной Думы ФС РФ IV созыва. М.: Центр по изучению проблем взаимодействия бизнеса и власти, 2007. 78 с.
17. **Толстых П. А.** Отраслевое лоббирование в России (наиболее актуальные экономические законопроекты на начало работы Государственной Думы ФС РФ V созыва). М.: Центр по изучению проблем взаимодействия бизнеса и власти, 2008. 112 с.
18. **Толстых П. А.** Практика лоббизма в Государственной Думе Федерального Собрания Российской Федерации. М.: Канон+; Реабилитация, 2005. 280 с.
19. **Nagesh G.** Facebook to Form its Own PAC to Back Political Candidates // The Hill. 2011. 26 September.
20. **Niskanen W. A.** Bureaucracy and Representative Government. Chicago, 1971. 278 p.

INTERESTS OF POLITICAL STAKEHOLDERS AND LOBBYING IMPACT: CORRELATION OF CATEGORIES

Pavel Aleksandrovich Tolstykh, Ph. D. in Political Science
Department of Integrated Communications
National Research University "Higher School of Economics"
7443421@gmail.com

The author reveals the universal values and motives of public authorities representatives, which condition their behaviour, that will allow professional lobbyists avoiding potential conflicts and failures in the process of the interaction with political stakeholders, analyzes the currently existing psychological theories explaining the behaviour of bureaucracy, and taking into account the modern tendencies and specifics of political process in Russia describes the possible variants of the interaction between interest groups and political stakeholders that allow them ensuring the maximization of gain (i.e. lead to the adoption of necessary solution).

Key words and phrases: lobbyism; interest groups; stakeholders; bureaucracy; intradepartmental culture (corporate value range); motivation.

УДК 94(47).084.9(571.513)
Исторические науки и археология

В статье рассматривается влияние партийно-государственной политики в области профессионального изобразительного искусства Хакасской автономной области в 1965-1980-е гг. Раскрыта организационная и творческая работа художественно-оформительских мастерских Хакасии. Анализируется влияние местных органов власти на работу художественного совета, выставочную деятельность художников-оформителей. Поднимается вопрос о создании местными органами власти материально-технических условий художественной интеллигенции.

Ключевые слова и фразы: изобразительное искусство; партийно-государственная политика; художественно-оформительские мастерские; художественный совет; выставочная деятельность; Хакасия.

Юлия Константиновна Троякова, к.и.н.
Кафедра истории, политологии и правоведения
Хакасский государственный университет им. Н. Ф. Катанова
troyackova.julia@yandex.ru

ПАРТИЙНО-ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОЛИТИКА ПО РАЗВИТИЮ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ИЗОБРАЗИТЕЛЬНОГО ИСКУССТВА В ХАКАСИИ В 1965-1980-Х ГГ.©

История государственной политики всегда вызывала повышенный интерес у исследователей, т.к. качество жизни людей в любом обществе определяется в первую очередь эффективностью работы органов

© Троякова Ю. К., 2012