

**BELOKONEV Sergei Yur'evich**, *Cand.Sci. (Pol. Sci.)*, Head of the Department of Political Science and Mass Communication, Financial University under the Government of the Russian Federation (49 Leningradsky Ave, GSP-3, Moscow, Russia, 125993; [departpol@mail.ru](mailto:departpol@mail.ru))

**KHOKONOV Anzor Al'bertovich**, *Cand.Sci. (Pol.Sci.)*, Associate Professor of the Department of Political Science and Mass Communication, Financial University under the Government of the Russian Federation (49 Leningradsky Ave, GSP-3, Moscow, Russia, 125993; [dr\\_enzo@mail.ru](mailto:dr_enzo@mail.ru))

**SHOGENOV Murat Zamirovich**, *Cand.Sci. (Psych.)*, Associate Professor of the Chair of Theory and Technology of Social Work, Senior Researcher at the Center for Sociological Research, Kabardino-Balkarian State University (173 Chernyshevskogo St, Nalchik, Kabardino-Balkarian Republic, Russia, 360004, [shogen@inbox.ru](mailto:shogen@inbox.ru))

## SOCIAL EFFECTS OF JOINT CONSUMPTION (SHARING ECONOMY): NETWORK ECONOMIC AND POLITICAL COMMUNITIES

**Abstract.** In the modern period, the process of eroding the boundaries of the spheres of society and their growing interpenetration have a great influence on social life. Over the past decades, a number of radical changes have taken place in Russian politics that have affected not only the content of the traditional interactions of actors in the political process, but have also predetermined the formation of new interactions based on the use of information technologies.

The article discusses the formation and development of local self-governing economic systems, examples of which are sharing communities and the formation of political networks as a technology for self-government of these communities. After analyzing the general principles of the formation of local network structures in economics and politics, the authors conclude that the main path of economic and political development is determined by the multi-vector dissemination of information technologies.

**Keywords:** sharing community, political networks, microsocial contracts, participatory democracy

---

**ЛЯПОРОВ Владимир Николаевич** – кандидат политических наук, Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова (119991, Россия, г. Москва, Ломоносовский пр-кт, 27, корп. «Шуваловский»; [vladimir.lyarorov@gmail.com](mailto:vladimir.lyarorov@gmail.com)); научный директор Московской школы GR

## ГЛОБАЛЬНЫЙ ОПЫТ И ПЕРСПЕКТИВЫ ЛЕГАЛИЗАЦИИ ЛОББИЗМА В РОССИИ

**Аннотация.** В статье рассматривается актуальный опыт легализации и институционализации лоббизма с точки зрения пользы для государства и общества. Автор анализирует имеющиеся в мировой практике модели регулирования взаимодействия властных институтов с деловым сообществом. Речь идет не только о ставшей классической американской модели профессионального лоббизма, но в первую очередь о новейших реформах взаимодействия бизнеса и власти в Австрии (2013), Франции (2017) и Бразилии (2018). На основе экспресс-анализа предлагаются возможные реалистичные очертания лоббистской реформы и институционализации лоббизма в Российской Федерации.

**Ключевые слова:** лоббизм, взаимодействие с органами государственной власти, представление интересов, антикоррупционная деятельность, доверие к власти

Лоббизм – явление, вызывающее противоречивые оценки в обществе. Негативное отношение обусловлено тем, что продвижение частных интересов происходит якобы в ущерб общественному благу.

Однако все большее число правительств и наций приходят к выводу, что адекватно регулируемый лоббизм на самом деле является основой устойчивости

общества и базисом для принятия компетентных решений. На сегодняшний день лоббизм узаконен и регулируется уже более чем в 20 странах мира, причем в большинстве государств это сделано сравнительно недавно – в течение последних 10 лет, в т.ч. в Канаде (2008), Австралии (2009), Австрии (2013), Великобритании (2015), Франции (2017), Бразилии (2018). В России закон о лоббизме обсуждается уже более 20 лет (с 1993 г.), но пока дело не движется дальше общих дискуссий и отдельных законопроектов, которые не доходят даже до первого чтения в Госдуме.

Юридическое определение лоббизма в США, где эту деятельность впервые узаконили и регламентировали, звучит так: «письменный, устный или электронный контакт с представителем исполнительной или законодательной власти с целью: 1) разработки, изменения, принятия законов (включая законопроекты); 2) формулирования, изменения, принятия норматива, указа, программы, позиции правительства»<sup>1</sup>. В Евросоюзе определяют лоббизм гораздо шире – он охватывает почти весь спектр взаимодействия с властью: «деятельность, прямо или косвенно направленную на влияние на разработку и реализацию политики и принятие решений, независимо от средства коммуникации»<sup>2</sup>. Еще более лаконично и широко трактует лоббизм австрийский закон «О прозрачности лоббизма и представления интересов» (*Lobbying-und Interessenvertretungs-Transparenz-Gesetz*) 2013 г.: «любой организованный контакт с государственной администрацией с целью влияния на принятие решений в интересах третьего лица»<sup>3</sup>.

Классик маркетинга Филипп Котлер в одной из недавних статей признает, что «лоббизм по сути своей маркетинговая деятельность» [Kotler 2017], и здесь я с ним полностью солидарен. Лоббисты выступают политическими маркетерами, но в стремлении групп интересов «продвинуть» свои идеи на «политическом рынке» нет ничего плохого. Напротив, лоббисты порой пробивают путь новыми технологиям, прогрессивным социальным инициативам.

В данном контексте особенно актуально определение, которое дает лоббизму американская Ассоциация профессионалов по связям с правительством: «Лоббисты являются прежде всего экспертами в вопросах государственного управления – его структуры, программ, политики и законодательного процесса. Лоббисты обеспечивают информацией, отстаивают политические позиции и защищают экономические, социальные и специальные “философии”. Кроме того, будучи основным звеном связи с творцами политических решений, они органически включены в планирование и реализацию соответствующих стратегий достижения политических целей»<sup>4</sup>.

С моей точки зрения, именно это определение наиболее полно отражает суть лоббистской деятельности и позволяет нам увидеть ту общественную функцию, которую реализуют лоббисты.

### **Практика правового регулирования лоббизма**

В странах, где лоббисты получили правовой статус, в том или ином виде действует законодательный запрет на прямое общение бизнесменов с госслужащими и депутатами. К примеру, американское законодательство (3 федеральных закона – 1946, 1995 и 2008 гг.) строго регулирует деятельность лоббистов,

<sup>1</sup> URL: [lobbyingdisclosure.house.gov/lda/html](http://lobbyingdisclosure.house.gov/lda/html) (accessed 28.11.2019).

<sup>2</sup> *Lobbying in the European Union: Current Rules and Practices. European Parliament, Directorate General for Research. Working Paper. 2003. P. 6.*

<sup>3</sup> Association of Accredited Public Policy Advocates to the European Union AALEP. Austrian Lobbying Law at a Glance. Vienna. 2014. P. 9.

<sup>4</sup> Weiser D. Why Lobbying Is Legal and Important in the U.S. – *Investopedia*. 25.06.2019.

накладывает на них обязанности отчитываться о доходах, клиентах и даже намерениях, вплоть до детализации задания, полученного от заказчика. Регистрация «представителей интересов» в ЕС добровольна (в отличие от США, где это обязательно), однако она лоббисту не только вменяет в обязанность отчитываться о своих клиентах и тратах, но и дает право входить в состав экспертных групп, запрашивать встречи с чиновниками и знакомиться с документами по запросу, а также право на вход в Европарламент.

Если прямые контакты чиновников и коммерсантов подпадают под понятие конфликта интересов, то лоббистам передается эксклюзивное право вести эти коммуникации на легальной основе. Такую систему нередко критикуют за концентрацию влияния в руках узкой касты интеллектуалов, имеющих узаконенную монополию на медиацию и доступ к властям. К примеру, в Вашингтоне работают около 13 тыс. лоббистов, в Брюсселе – и того больше, порядка 30 тыс., в Лондоне – поменьше, около 4 тыс. [Musters, Parekh, Ramkuvar 2013]. Однако на самом деле такой медиатор между бизнесом и властью идет обществу на пользу, существенно снижая уровень напряженности и повышая качество предварительной подготовки регламентов и законов. Мало кому приходит в голову отказываться от услуг адвокатов или врачей, чтобы защищать или лечить себя самому.

В феврале 2018 г. Министерство труда Бразилии (*Ministério do Trabalho e Previdência Social*) официально признало лоббизм профессией и, таким образом, легализовало этот род деятельности без принятия отдельного закона о лоббизме. Определение звучит так: «участие в принятии политических решений, выработке стратегий взаимодействия с правительством, анализ регулятивных рисков, защиты специальных интересов» [Gozetto 2018: 14]. Это событие в Бразилии для нас особенно актуально, поскольку эта страна сопоставима с Россией по структуре экономики, федеративному государственному устройству, высочайшему уровню социального неравенства и коррупции, наличию огромных труднодоступных неосвоенных территорий, а также по чисто количественным показателям, таким как численность населения и размер ВВП (для сравнения: в Бразилии – 200 млн населения и 2,1 трлн долл. ВВП, в России – 140 млн населения и 1,7 трлн долл. ВВП).

В Бразилии лоббизм на протяжении многих лет ассоциировался с чем-то тенивым и вредоносным. В аналитической работе «Лобби и публичная политика» (*Lobby e políticas públicas*), написанной ученым Школы административного и делового управления Сан-Паулу Андреа Гозетто, говорится, что лоббизм стал полностью нелегальным в 21-летний период военной диктатуры (1964–1985), потому что принятие политических решений было монополизировано небольшой группой лиц и поддерживать негативное восприятие лоббизма было выгодно властям [Gozetto 2018: 25].

Монополизация решений – это прямая угроза общественному благу. Дело вовсе не в том, что это ущемляет демократию (нет никаких доказательств, что именно демократия – наилучшая политическая форма устройства общества), а в том, что ведет к некомпетентным решениям, которые принимаются порой без должной связи с реальностью. Госуправленцы не могут принять правильные решения, не рассмотрев и не взвесив точки зрения нескольких заинтересованных сторон. Они сами понимают, что для принятия решений им часто недостает экспертизы. В ходе опроса, проведенного в 20 европейских странах, 80% чиновников согласились (55% – в целом согласны, 25% – абсолютно согласны) с тем, что прозрачный лоббизм помогает им в разработке правильных решений [Ляпоров 2019].

Институты ЕС не скрывают и даже подчеркивают, что ведут консультации с заинтересованными сторонами – это называется интерактивной политикой

(*interactive policy making*). Существует множество разных инструментов и каналов, созданных специально для того, чтобы реальный бизнес имел возможность донести свое мнение до институтов ЕС. Всевозможных советов и в России предостаточно, а вот европейские бизнес-тест-панели и *ad hoc*-консультации (консультации по запросу) являются живыми механизмами, на которые стоит обратить внимание. Отраслевые дирекции Еврокомиссии сами просят лоббистов дать в кратчайшие сроки (бывает, и в течение 36 ч) свой экспресс-анализ по той или иной теме, поэтому консультации и называются *ad hoc* (по запросу). Бизнес-тест-панели предлагают широкому кругу компаний высказать свои мнения по предварительным проектам конкретных регламентов или директив. Составляется вопросник, который рассылается всем участникам бизнес-тест-панелей, а это около 4 тыс. компаний. На подготовку мотивированных ответов дается, как правило, 1–2 месяца. Управление тест-панелями возложено на дирекцию Еврокомиссии по внутренним рынкам и услугам. Таким образом, в ЕС понимают лоббизм как инструмент обратной связи кабинетной бюрократии с реальной жизнью, и этот вывод для нас чрезвычайно важен [Bauer 2017: 108–110].

Лоббизм нередко называют легализованной формой коррупции, что на самом деле является глубоким заблуждением. Оплата услуг профессиональных лоббистов не имеет ничего общего с коррумпированием чиновников. С таким же успехом мы можем приравнять оплату адвокатов к подкупу суда. В реальности лоббизм является тем набором знаний и навыков, который позволяет избавиться от коррупции за счет открытой конкуренции групп с противоположными интересами.

Это косвенно подтверждается следующим фактом. Если мы сопоставим мировую карту коррупции и легализации лоббизма, то увидим, что в странах, где лоббизм легализован, коррупция существенно ниже. Вряд ли это просто совпадение. Думаю, это связано с тем, что в государствах с легализованным лоббизмом формируется профессиональная *GR*-индустрия, которая становится «связующим звеном» между интересами бизнеса и государства. «Если лоббизмом занимаются профессионалы, это само по себе снижает коррупциозность профессии. Ни один профессиональный лоббист не будет рисковать профессией и давать взятки», — комментировал экс-замминистра юстиции Юрий Любимов<sup>1</sup>.

### **Лоббизм и национальная политическая культура**

Когда речь заходит о лоббизме, всегда возникает дискуссия: органично ли признание лоббизма для нашего общества или же это чужеродный элемент для национальной политической культуры? С моей точки зрения, «культурологическая» дискуссия уводит нас в сторону от решения практических вопросов, стоящих перед обществом. Реальность показывает, что альтернативы правовому регулированию нет. Подобный дискурс был характерен для Франции, прежде чем там прошла масштабная лоббистская реформа. Французов и русских роднит похожее устройство власти и представления о социальной справедливости.

На протяжении нескольких десятилетий прозрачность групп влияния во Франции пробовали обеспечить другими методами, избегая открытого признания лоббизма как общественно-политического явления. В частности, в 1958 г. был создан Социально-экономический и экологический совет (*Conseil Economique Social et Environnemental*), состоявший из представителей профессиональных групп (231 чел.) и призванный давать правительству заключения по всем законопроектам экономического и социального характера. По замыслу такой совет должен был играть роль своеобразного «лоббистского парламента».

<sup>1</sup> Путь в правительство закрыт. — РБК. 16.07.2014. <https://www.rbc.ru/society/16/07/2014/56be37f29a7947299f72cd1e> (проверено 31.10.2019).

На деле такой механизм оказался нежизнеспособным, как и в России, где аналогичной структурой было «открытое правительство».

В начале 2014 г. во Франции была создана Высшая инстанция по прозрачности государственной и общественной жизни (*La Haute Autorité pour la Transparence de La Vie Publique, НАТПВ*) – независимый орган власти по мониторингу групп влияния. В апреле 2016 г. был представлен доклад «О возрождении доверия к власти» (*Renouer la Confiance Publique*), подготовленный руководителем инстанции Жан-Луи Надалем, бывшим генеральным прокурором (он прослужил на этом посту 10 лет – с 2001 по 2011 г.). В докладе сформулированы 20 пунктов по восстановлению доверия общества к власти и снижения уровня коррупции во Франции. Легализация и регулирование лоббизма являются одними из важных пунктов этой программы [Nadal 2016: 12]. Снижение доверия к власти прямо связано с сокращением внутренних инвестиций, именно поэтому во Франции лоббистской реформой занимались совместно силовики и финансисты. Закон о прозрачности, борьбе с коррупцией и модернизации экономики, вступивший в силу в июле 2017 г., вводил регулирование лоббистской деятельности в 2 этапа: сначала обязательная регистрация (до 1 сентября 2017 г.), а затем предоставление первых детальных отчетов о деятельности (до 1 мая 2018 г.).

Если принятие в России отдельного закона о лоббизме маловероятно, то вполне реально профессиональное признание лоббизма в качестве легальной профессии (по бразильской системе) – возможно, под другим названием. К примеру, в Евросоюзе говорят: «представитель интересов».

Если признать лоббизм профессией, необходимо будет разработать стандарт профессии и этический кодекс, ввести аккредитацию (реестр) или даже лицензирование этого вида деятельности. Таким образом, у нас даже без отдельного закона появится легальный лоббизм, который позволит адекватно выстраивать отношения между бизнесом и чиновниками, привлекая к этому взаимодействию профессионалов.

Появление лоббизма как легитимной профессии может быть дополнено принятием отдельного закона о конфликте интересов. На сегодняшний день это понятие крайне размыто определено в двух федеральных законах («О государственной гражданской службе», «О противодействии коррупции»), и этого недостаточно. Размер госсектора и объем госзаказов в России говорит о том, что закон о конфликте интересов является критически важным.

Институционализация агентов и групп влияния является шагом к созданию процветающего общества, где происходит открытая конкуренция идей. Легитимный лоббизм открывает возможности финансировать конкуренцию идей и проектов за счет частных лиц. В конечном счете, это помогает обеспечить общество качественными решениями.

#### **Список литературы**

Ляпоров В.Н. 2019. *100% GR. Как лоббируют бизнес-проекты*. М.: Международные отношения. 192 с.

Bauer T. 2017. *Responsible Lobbying. Conceptual Foundations and Empirical Findings in the EU*. London: Springer. 391 p.

Gozetto A. 2018. *Lobby e políticas públicas*. Rio de Janeiro: Editora Fundação Getulio Vargas (FGV Press).

Kotler Ph. 2017. Lobbying: The Scourge of Good Government. URL: <http://fixcapitalism.com/lobbying-the-scourge-of-good-government/> (accessed 31.10.2019).

Musters R., Parekh E.-Ju., Ramkuvar S. 2013. Organizing the government-affairs functions for impact. – *McKinsey Quarterly*. November. 7 p.

Nadal J.-L. 2016. *Renouer la Confiance Publique*. Paris.

LYAPOROV Vladimir Nikolaevich, *Cand.Sci. (Pol.Sci.)*, Lomonosov Moscow State University, (bld. «Shuvalovsky», 27 Lomonosovsky Ave, Moscow, Russia, 119991; vladimir.lyaporov@gmail.com); Academic Director of Moscow School of Government Relations

## GLOBAL EXPERIENCE AND PROSPECTS OF LEGALIZATION OF LOBBYING IN RUSSIA

**Abstract.** The article reviews lobbying regulation across the world with the focus on the most recent reforms in Austria (2013), France (2017), Brasil (2018). It gives a brief analysis of lobbyism as an information exchange between government and interest groups. Based on this global review, the article proposes a model of legal regulation of lobbying in Russia.

**Keywords:** lobbying, advocacy, government relations, public affairs, corruption, influence, interest groups, interest representation, interactive policy-making

---

### УДК 81.42

ЗОТОВА Анна Сергеевна — кандидат филологических наук, доцент кафедры общественных процессов, СМИ и рекламных технологий Московского государственного университета технологий и управления им. К.Г. Разумовского (ПКУ) (109004, Россия, г. Москва, ул. Земляной Вал, 73; annazot@bk.ru)

## ФАКТЫ ЭПОХИ КАК СОЦИАЛЬНО-ПОЛИТИЧЕСКИЕ КОДЫ СОВРЕМЕННОГО МЕДИАДИСКУРСА

**Аннотация.** В статье автор показывает, как информационный контент новых медиа формирует картину мира в различных вербальных и визуальных кодах. Тексты СМИ образуют богатое социокультурное, политико-экономическое, научно-практическое семиотическое поле. Важнейшими характеристиками медиаконтента являются цифровизация, мультимедийность и интертекстуальность. Семиотические коды медиаконтента транслируют личностные смыслы, социальные стереотипы, культурные коды, историческую память, авторские интенции и т.д.

**Ключевые слова:** семиотика, медиадискурс, интертекстуальность, мультимедийность, социальные медиа, семиотический код, СМИ

Информационно-коммуникационное поле новых медиа представляет собой разноформатный контент, состоящий из вербальных и аудиовизуальных кодов, которые формируют интересное семиотическое пространство. Современные СМИ (например, @fontanka.ru, @nezavisimaya\_g, @tvrain, @EchoMskRu, @Vedomosti, @novaya\_gazeta и т.д.) активно пользуются социальными медиа (ВКонтакте, Instagram, Twitter, Facebook и др.) для трансляции новостного материала и иных информационных сообщений.

Несмотря на отсутствие однозначной трактовки новых медиа и расхождение во взглядах среди ведущих исследователей, мы полагаем, что новые медиа работают по тем же принципам, что и традиционные. Они видят главной своей задачей донесение социально важной информации до общественности, используя при этом широкие возможности интернет-технологий, что позволяет выделить