

На правах рукописи



Попандопуло Анна Ивановна

**ГОСУДАРСТВО И БИЗНЕС: МОДЕЛИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ И
ТРАНСФОРМАЦИЯ ДЕЛОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ В РОССИИ**

Специальность 23.00.02 – Политические институты, процессы и технологии

Автореферат
диссертации на соискание ученой степени
кандидата политических наук

Москва – 2012

Работа выполнена на кафедре политического анализа факультета государственного управления Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова.

Научный руководитель:

доктор политических наук,
профессор
Соловьев Александр Иванович

Официальные оппоненты:

доктор политических наук,
профессор
Рыбаков Андрей Вячеславович

кандидат исторических наук,
доцент
Евгеньева Татьяна Васильевна

Ведущая организация:

Тульский государственный
университет

Защита состоится 24 февраля 2012 г. в 17.15 на заседании диссертационного совета Д.501.001.27 при Московском государственном университете имени М.В. Ломоносова по адресу: 119192, Москва, Ломоносовский проспект, д. 27, корп. 4, факультет государственного управления, ауд. А-619.

С диссертацией можно ознакомиться в читальном зале Научной библиотеки МГУ имени М.В. Ломоносова (МГУ, 1-ый корпус гуманитарных факультетов).

Автореферат разослан «__» февраля 2012 года.

Ученый секретарь
диссертационного совета
кандидат политических наук, доцент



Е.В. Андрюшина

I. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Опыт постсоветского развития России наглядно продемонстрировал центральную роль взаимоотношений государства и бизнеса в эволюции политической системы и правящих политических режимов страны. Бизнес, являясь для государства важнейшим контрагентом при разработке и реализации государственной политики, благодаря своей широкой ресурсной базе способен оказывать существенное влияние, по сути, на все общественные процессы. Государство, в свою очередь, через определение условий функционирования бизнеса, создание преференций для его отдельных структур или же сужения конкурентных преимуществ для других, способно гибко конструировать экономические и, в конечном счете, его политические связи. В этом смысле сегодняшняя трансформация делового общения этих контрагентов дает возможность предвидеть будущие конструкции российского политического пространства, влиять на вектор развития отечественного социума.

Если на Западе существенная модификация деловых коммуникаций государства и бизнеса происходила на этапе вступления в постиндустриальную фазу развития и под воздействием процессов глобализации, то формирование бизнеса как нового социального субъекта в постсоветской России еще далеко до своего завершения. Группы интересов бизнеса пока еще фрагментированы и недостаточно укоренены в нашем обществе. Однако главным препятствием на пути выстраивания эффективных деловых коммуникаций государства и бизнеса является институциональная неопределенность, обусловленная неясным статусом групп интересов бизнеса в политической системе.

Коротко говоря, отношения государства и бизнеса – это сложная, многогранная и интегрированная область экономических и политических отношений, характер эволюции которых обусловлен множеством факторов. Сложность научного исследования выстраивания деловых коммуникаций государства и бизнеса обусловлена мультифакторным характером их взаимодействия и преобладанием специфичных для России неформальных практик.

Глубина и характер освещения различных граней этого сложного комплекса взаимоотношений зависит от применения различных теоретико-методологических подходов. В частности, коммуникативный метод расширяет исследовательскую повестку за счет акцентации внимания на характер функционирования институциональной среды развития бизнеса,

учета взаимовлияния институциональных структур и различных государственных органов и бизнес-корпораций, теоретического описания персональных и предметно ориентированных позиций этих сторон при реализации различных деловых проектов. Другими словами, теоретическое измерение взаимодействия государства и бизнеса через сеть их деловых контактов и форм общения подразумевает возможность уточнения позиций каждого из этих партнеров в рамках сложившегося институционального дизайна, рефлексии форм и способов их адаптации к динамике деловой среды, констатации причин и особенностей функциональных девиаций государственных или коммерческих структур, их отклонений от заданных норм и правил делового общения. Более того, коммуникативный метод позволяет персонализировать и специфицировать отношения российской власти и бизнеса в контексте перехода от одной модели их взаимодействия к другой.

В современных условиях этот подход позволяет выявить влияние публичной среды на контакты государства и бизнеса, отобразить содержание взаимных форм общения, уточнить предметный характер связей, увидеть латентные ниши и формы деловых взаимоотношений, выявить нормативные и девиантные параметры отношений государства и бизнеса в различных институциональных моделях, и, в конечном счете, - углубить научное осмысление трансформации политической системы и конфигураций политического режима, их отношений с гражданскими структурами.

Конечно, надо иметь ввиду, что применение такого исследовательского метода в полном объеме требует доведение анализа до характеристики персональных потребностей участников данных взаимосвязей и потому полной переконцептуализации проблематики и существенной трансформации используемого понятийно-категориального аппарата. По этой причине в данной работе мы обратимся лишь к тем наиболее принципиальным характеристикам, которые отражают контактный характер сетевых связей государства и бизнеса, используемые ими стратегии и соответствующие формы их взаимного позиционирования в существующей институциональной среде.

Теоретическая развертка коммуникативных связей государства и бизнеса зиждется на раскрытии взаимозависимости политики и экономики как особых регулятивных подсистем общества, являющихся концентрированным выражением той среды, в которой разворачивается взаимодействие данных партнеров. Утверждение о высокой степени влияния сферы политики на экономические процессы подкрепляется множеством

единичных практик, когда экономические решения принимались исходя из политических соображений и под влиянием политических акторов.¹

Степень разработанности проблемы. Для исследования темы существенным значением обладают работы, посвященные теоретическому описанию коммуникационных процессов в политике. Этим аспектам посвящены труды таких классиков политической науки, как М.Вебера, Р.Даля, Р. Нойштадта². Коммуникативный характер власти раскрывается в теориях политической системы в работах Д. Истона,³ Г. Алмонда,⁴ в концепции информационно-кибернетической модели политической системы К. Дойча,⁵ в трудах ряда отечественных ученых.⁶

Теоретическая концептуализация взаимодействия государства и бизнеса, моделирование форм деловых коммуникаций с учетом специфических для России параметров нашли свое отражение в работах О.В. Гаман-Голутвиновой, А.Ю. Зудина, А.А. Кинякина, А.В. Павроза, Н.Ф.Пономарева, С.П. Перегудова, А. А. Яковлева и др.⁷

Особо следует выделить работы, в которых коммуникации между бизнесом и государством анализируются в качестве системы взаимодействия. В западных странах исследования по данной проблематике уже получили

¹ Бессонова О.Э. Раздаточная экономика России: Эволюция через трансформации. - М.: РОССПЭН, 2006; Крыштановская О. Анатомия российской элиты. - М.: Захаров, 2005; Паппэ Я. Ш., Галухина Я. С. Российский крупный бизнес: первые 15 лет. Экономические хроники 1993–2008 гг. - М.: ГУ-ВШЭ, 2009

² Вебер М. «Объективность» социально-научного и социально-политического познания // Вебер М. Избранные произведения. М.: Прогресс, 1990; Даль Р. О демократии. М.: Аспект Пресс, 2000; Нойштадт, Р. Президентская власть и нынешние президенты / Ричард Нойштадт ; пер. с англ. А. Захарова. — М. : Моск. шк. полит. исследований, 2009

³ Easton D. A Systems Analysis of Political Life. N.Y.: Wiley, 1996; Истон Д. Категории системного анализа политики. [Электронный ресурс] URL: <http://www.politnauka.org/library/teoria/iston.php> (06.12.2011)

⁴ Almond G.A., Powell G.B.Jr., Strom K., Dalton R.J. Comparative Politics Today. A World View. N.Y.: Longman, 2000

⁵ Deutsch K. The Nerves of Government: Models of Political Communication and Control. N.Y.: Free Press, 1963

⁶ Грачев М.Н. Политическая коммуникация: теоретические концепции, модели, векторы развития: Монография. – М.: Прометей, 2004; Политические коммуникации: Учебное пособие для студентов вузов / Под ред. А. И. Соловьева. – М.: Аспект Пресс, 2004; Тимофеева Л.Н. Политическая коммуникативистика: проблемы становления // Полис. 2009. №5; Чумиков, А. Н. Политическая коммуникативистика: актуальные задачи и технологии прикладного применения // Полис. 2009. №5; Черных А.И. Социология массовых коммуникаций: учебное пособие. М.: ИД ГУ-ВШЭ, 2008; Соловьев А.И. Концепт и коммуникативный метод // Полис, 2000, № 2; Соловьев А.И. Трансъячеистые коммуникации как источник и форма развития государства // Полис. 2006. № 6

⁷ Гаман-Голутвинова О.В. Группы интересов в российской исторической ретроспективе // Полития. – 2000. – №4; Зудин А.Ю. Государство и ведущие бизнес-структуры: поиски модели взаимоотношений (вместо заключения). – В кн. Финансово-промышленные группы и конгломераты в экономике и политике современной России. М.: ЦПТ-СИРЕ, 1997; Кинякин А.А. Заинтересованные группы интересов как скрытая составляющая политического процесса // Актуальные проблемы политики и политологии в России. – М.: РАГС, 2003; Павроз А.В. Группы интересов и трансформация политического режима в России. – СПб.: СПбГУ, 2008; Пономарев Н.Ф. Стратегии и технологии медиалегитимации власти, Пермь, 2010; Перегудов С.П., Лапина Н.Ю., Семенов И.С. Группы интересов и российское государство. – М.: УРСС, 1999; Яковлев А.А. Власть, бизнес и движущие силы экономического развития России: до и после «дела Юкоса» - Общественные науки и современность. – 2005. - №1

достаточно широкое распространение⁸, в российской литературе также уже начинают появляться подобные работы⁹.

Нельзя не отметить и труды, связанные с исследованием политического режима в современной России как ближайшей деловой среды коммуникаций государства и бизнеса. К таким работам следует отнести труды В. Гельмана, С. Рыженкова, М. Бри, А.Ю. Мельвиля, Н.Ю. Лапиной, А.Ю.Зудина, К.Г. Холодковского и др.¹⁰

Следует подчеркнуть, что в своем методологическом аспекте эти работы, так или иначе, опирались или касались тех идей, которые заложили основания изучения взаимодействия бизнеса и власти, прежде всего зарубежными учеными, занимавшимися анализом воздействия представителей интересов бизнеса на политический процесс в США, Великобритании, Италии и Франции. Для современного понимания диалектики взаимодействия политики и бизнеса наиболее значимыми явились концепции, изложенные в работах А. Бентли, Г. Трумена, Ф. Шмиттера¹¹. Теория групп интересов нашла свое развитие в трудах М.Олсона, Дж. Берри, Дж. Ричардсона, К. Уилкокса, Р. Хребенара, А. Циглера¹².

Свое место в исследовании избранной темы занимают труды, посвященные изучению отношений государства и бизнеса, трансформации моделей государства и соответствующих им форм деловых коммуникаций с

⁸ См., напр.: Lerbinger O. Corporate Public Affairs: Interacting With Interest Groups, Media, And Government. – L., 2006; Mack, C.S. Business, Politics and the Practice of Government Relations. – W., 1997; Watkins M., Edwards M., Thakrar U. Winning the Influence Game: What Every Business Leader Should Know about Government. – W., 2006; Government Public Relations: A Reader (Public Administration and Public Policy). – CRC Press, 2007.

⁹ См. напр.: Боброва И.И. Черный PR? Белый GR! Цветной IR.): менеджмент информационной культуры. – М.: Вершина, 2006; Кулакова Т.А. Government Relations в процессе принятия политических решений // Политэкс. – 2005. – № 2; Основы организации работы с органами власти/ В.А. Евсеев, С.Ю. Барсукова. Под редакцией А.Е. Дынина. – М.: Ассоциация менеджеров, 2005; Толстых П.А. GR: Практикум по лоббизму в России. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2007.

¹⁰ Гельман В., Рыженков С., Бри М. Россия регионов: трансформация политических режимов // М., 2000; Мельвиль А.Ю. Интерпретации. О траекториях посткоммунистических трансформаций // Полис.-2004.- №2; Лапина Н.Ю. Российский политический режим: оценки и интерпретации // Мировая экономика и международные отношения. -2009.- №5; Зудин А.Ю. Трансформация политического режима в России: к «сообществу элит»? // Общественные науки и современность».-2010. - №5–6; Холодковский К.Г. К вопросу о политической системе современной России // Полис.- 2009.-№2.

¹¹ Bentley Arthur F. The Process of Government: A Study of Social Pressures / Arthur F. Bentley. – Chicago: University of Chicago Press, 1908; Truman David B. The Governmental Process / David B. Truman. Political Interest and Public Opinion. – NY, 1971; Schmitter Ph. Still the Century of Corporatism? // Trends Toward Corporatism Intermediation Ed. By Ph. Schmitter, G.Lehmbruch – London, 1979.

¹² Olson M. The Logic of Collective Action. Public goods and the theory of groups. – Harvard, 1965; Berry J., Wilcox C. Interest Group Society. – Longman, 2008; Beyers J., Eising R., Maloney W. Interest Group Politics in Europe: Lessons from EU Studies and Comparative Politics. – Routledge, 2009; Cigler A., Loomis B. Interest group politics. – Washington, 2006; Richardson J.J. The policymaking process. – NY., 1969.

бизнесом в различных западных странах. К ним следует отнести работы Й.Д. Вольфа, Г. Майоне, П.Г. Церни, В. Штрика и др.¹³

Для исследования нашей темы имеют значение и работы, посвященные группам интересов бизнеса, функционирующим в политико-экономическом пространстве. В России эти аспекты становятся предметом исследования с начала 1990-х годов, в них большое внимание уделяется самой категории «предпринимательства», условиям его формирования и развития, а также взаимодействию бизнеса с властными структурами. Многие российские исследователи посвятили свои работы изучению политической активности бизнеса в складывающейся политической системе, проблемам, тенденциям и перспективам взаимовлияния политики и бизнеса. Это работы С. Барсуковой, А.В. Дахина, А.Ю. Зудина, О.В. Крыштановской, Н.Ю. Лапиной, В.А. Лепехина, Я.Ш. Паппэ, С.П. Перегудова, В.В. Радаева, Ф.И. Шахматова и др.¹⁴

Интересен для нас и ряд работ российских авторов, посвященных исследованию западного опыта представительства интересов. Особенности лоббирования интересов бизнеса в органах государственной власти зарубежных стран раскрываются в работах Т.И. Аравина, Н.Г. Зяблюда, А.Э. Бинецкого, И.Ю. Богдановская, А.Ю. Зудина, С.С. Костяева, А.П. Любимова, И.С. Семененко.¹⁵

¹³ Wolfe J.D. Power and regulation in Britain // *Political Studies*, 1999; Majone G. The Rise of the regulatory State in Europe, *West European Politics*, 1994, №17; Cerny Philip G. International Finance and the Erosion of State Policy Capacity// *Globalization and Public Policy*. 2000, Streeck W. From National Corporatism to Transitional Pluralism// *Kellogg Institute*, 1991; Grant W. Business and Politics in Britain // *Macmillan* – London. 1993; Loomis B., Struempfler M. Organized Interests, Lobbying, and the Industry of Politics: A First – Cut Overview // *Midwest Political Science Association meeting paper* – Chicago. 2003

¹⁴ Барсукова С. Власть и бизнес: новые правила игры // *Полис*. – 2006. – №6; Дахин А.В. Система государственной власти в России: феноменологический транзит // *Полис*. – 2006. – № 3; Зудин А.Ю. Бизнес и политика в посткоммунистической России. – М.: ЦПТ, 1995; Крыштановская О. Анатомия российской элиты. – М.: Захаров, 2005; Лапина Н.Ю. Бизнес и политика в современной России - М.: ИНИОН РАН, 1998; Лепехин В.А. Лоббизм. - М.: Агентство IQ, 1995; Паппэ Я.Ш. «Олигархи». Экономическая хроника 1992-2000. – М.:ГУ-ВШЭ, 2000; Перегудов С.П. Политическое представительство интересов: опыт Запада и проблемы России // *Полис*. – 1993. - № 4; Перегудов С.П. Корпорации, общество, государство: эволюция отношений. - М.: Наука, 2003; Радаев В.В. На изломе социальных структур // *Рубеж. Альманах социальных исследований*. – 1995. - № 6-7; Шахматов Ф.И. Предпринимательство в России: становление и проблемы развития. - М., 1996.

¹⁵ Аравина Т.И., Кузнецов Ю.Ю. Лоббизм: национальные образцы и степень социальной приемлемости // *Социс*. – 2000. – № 9; Зяблюд Н.Г. Политический плюрализм. контуры американской модели // *США VS. Канада: экономика, политика, культура*. -1999. - № 5; Бинецкий А.Э., Лоббизм в современном мире. – М.: Теис, 2004; Богдановская И.Ю. Лоббизм и право: опыт США// *Современное право*. – 2007. – № 2; Зудин А.Ю. Ассоциации – бизнес – государство. «Классические» и современные формы отношений в странах Запада. – М.: ГУ-ВШЭ, 2009; Костяев С.С. Законодательное регулирование лоббистской деятельности в США // *США-Канада: ЭПК*. – 2005. – № 5.; Любимов А.П. Лоббизм как конституционно-правовой институт. – М.: ИГПАН, 1998; Семененко И.С. Новая модель политической системы? К вопросу об уровнях власти и управления в ЕС в свете российских проблем // *Политические институты на рубеже тысячелетий*. – Дубна: Феникс+, 2001; Семененко И.С. Группы интересов на Западе и в России. Концепции и практика. – М.: ИМЭМО, 2001

Определенным значением для нашего исследования обладают и труды ученых, изучающих технологии лоббирования в современной России. Этим аспектам посвящены работы А.С. Автономова, Е.В. Белевцева, Т.А. Золотухина, Я.В. Коженко, А.П. Любимова, И.С. Семененко, П.А. Толстых и др.¹⁶

Отмечая данные направления исследований, можно констатировать, что к настоящему моменту в отечественной и зарубежной политической науке достаточно хорошо исследованы многие процессы, механизмы и технологии взаимодействия государства и бизнеса. Тем не менее, на сегодняшний день в академическом дискурсе недостаточно проблематизирован ряд вопросов. В частности, не находит широкого отражения выделение базовых факторов и динамических характеристик моделей взаимодействия государства и бизнеса в современных условиях, особенно в рамках национальных сообществ. Не совсем понятен характер воздействия политического режима на трансформацию деловых коммуникаций государства и бизнеса. Особенно это актуально для стран с динамично развивающимися политическими режимами, находящимися в процессе трансформации, к которым может быть отнесена и Россия. Большая часть научных работ сфокусирована на проблемах взаимодействия бизнеса и власти через изучение единичных случаев или же ограниченной взаимосвязанной совокупности примеров такового взаимодействия, которое рассматривается вне институциональных рамок.

С учетом сказанного следует подчеркнуть, что **целью** настоящей работы является характеристика процессов, механизмов и технологий взаимодействия государства и бизнеса в современной России, обладающих коммуникативным значением в деле взаимовлияния и продвижения их интересов в рамках сложившейся институциональной структуры.

Для достижения поставленной в данном исследовании цели необходимо решение следующих **задач**:

- Интерпретировать коммуникативные подходы для отображения современных моделей взаимоотношения государства и бизнеса;
- Уточнить содержание и характер взаимозависимости политических и экономических процессов как основания поддержания

¹⁶ Автономов А.С. Азбука лоббирования, – М.: ИРИС, 2004; Белевцева Е. В. Механизм функционирования лоббистской деятельности в политических институтах современной России. // Власть. – 2006. – № 4; Золотухина Т.А. Российский лоббизм: современное состояние и перспективы развития // Право и политика. – 2008. – № 10; Коженко Я.В. Особенности институционализации лоббизма в современной России // Юрист-Правовед. – 2006. – № 3; Любимов А.П. История лоббизма в России. – М.: Фонд «Либеральная миссия», 2005; Перегудов С., Семененко И. Лоббизм в политической системе России // МЭ и МО. – 1996. - № 9; Толстых П.А. Практика лоббизма в Государственной Думе Федерального Собрания Российской Федерации. – М.: Канон+, 2006.

деловых коммуникаций государства и бизнеса в современных российских условиях;

- Раскрыть содержание и характер трансформации процессов, механизмов и технологий поддержания государством и бизнесом своих деловых коммуникаций в условиях изменений политического режима в современной России;

- Раскрыть эволюцию моделей взаимодействия государства и бизнеса в постсоветской России, а также определить их хронологические стадийные параметры и перспективы дальнейшей эволюции.

Объектом настоящего исследования является сфера взаимоотношений государства и бизнеса. **Предметом** исследования являются механизмы и практики делового общения российского государства и бизнеса в процессе взаимовлияния и продвижения своих интересов.

Теоретическая и методологическая основа исследования соответствует объекту и предмету, целям и задачам изучения деловых коммуникаций государства и бизнеса. В качестве теоретической основы исследования выступают работы российских и зарубежных авторов, касающиеся различных аспектов взаимодействия бизнеса и государства. Методологической основой настоящей работы является совокупность структурно-функциональных, системных, институциональных, неинституциональных, сетевых и коммуникативных подходов, определяющих характер изучения политики, власти, системы представительства интересов бизнеса, гражданского общества, политического режима и государственного управления. Для решения поставленных задач использовались также такие прикладные методы исследования, как метод включенного наблюдения, контент-анализ документов и публикаций в СМИ.

Научная новизна работы заключается в следующем:

- расширено применение методологических подходов, когнитивных приемов и моделей современной коммуникативистики для отображения динамики форм делового общения государства и бизнеса, их различных структур и образований в современных условиях;

- уточнена и раскрыта взаимосвязь политических и экономических оснований деловой коммуникации государства и бизнеса в современных условиях;

- определены и раскрыты ключевые характеристики правящего политического режима в современной России, обуславливающие динамику и характер деловых коммуникаций государственных и бизнес-структур;

- выявлены и охарактеризованы особенности функционирования институциональных форм взаимодействия государства и бизнеса в политической системе России.

Теоретическая и практическая значимость исследования заключается в том, что его основные положения и выводы вносят определенный вклад в изучение взаимодействия государства и бизнеса в современной России. Материалы исследования могут быть использованы как в научно-исследовательской работе, так и при решении модернизационных задач, стоящих перед Россией на современном этапе развития.

Апробация работы. Основные положения диссертации были представлены на международных конференциях: «Ломоносов – 2008» (Москва, МГУ, 2008), «Ломоносов – 2009» (Москва, МГУ, 2009), в рамках экспертных обсуждений, а также в публикациях автора, в том числе в реферируемых изданиях. Диссертация обсуждалась на заседании кафедры политического анализа факультета государственного управления МГУ им. М.В. Ломоносова и рекомендована к защите.

Структура и объем диссертации. Диссертация состоит из введения, двух глав, состоящих из шести параграфов, заключения и списка литературы.

II. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **Введении** обосновывается актуальность темы диссертационного исследования, характеризуется степень научной разработанности проблемы, определяются цель и задачи исследования, его объект и предмет, теоретическая и методологическая основы работы. Также раскрывается научная новизна диссертации, её теоретическая и практическая значимость.

Первая глава **«Позиционирование бизнеса в политической системе»**, состоящая из трех параграфов, посвящена определению особенностей позиционирования групп интересов бизнеса в политическом пространстве общества, в конечном счете, обусловленного содержанием их контактных связей с государством и взаимоотношениями политики и экономики на современном этапе развития общества.

В первом параграфе **«Коммуникативный характер взаимодействия государства и бизнеса»** раскрываются контактные основания взаимоотношений данных акторов. В данной связи автор исходит из того, что коммуникативный подход позволяет выявить принципы, структуру и особенности взаимодействия государства и бизнеса через связующий характер используемых ими механизмов и технологий взаимного влияния и продвижения своих интересов. В этом смысле коммуникативный подход

раскрывает жизненный цикл деловой информации, опосредующей контакты государства и бизнеса в конкретной институциональной среде и обуславливающей формирование между сторонами интенсивной обратной связи. Продуцируемые таким оборотом информации коммуникации сторон сочетают в себе адаптационные, персонифицированные и конструируемые аспекты их деловых отношений, позволяя структурам государства и бизнеса использовать специализированные сведения для использования власти в целях направленного перераспределения ресурсов.

В рамках такого подхода, автор, учитывая положение бизнес-структур, групп интересов бизнеса и отдельных его представителей в политической системе современного государства, а также факт их существенного и постоянного влияния на процесс принятия государственных решений, рассматривает формы общения государства и бизнеса как устойчивые деловые коммуникации, представляющие собой матричную систему отправления власти, обеспечивающую переток ресурсов между отраслями и стейкхолдерами. При этом способность к налаживанию и поддержанию коммуникации бизнеса с государством трактуется, с одной стороны, как результат зависимости от располагаемого им политического капитала, а с другой, как инструмент его формирования и приращения.

Раскрывая основное содержание деловых коммуникаций государства и бизнеса, автор обращается к характеристике политической и функциональной систем представительства. Оба вида представительства тесно взаимосвязаны друг с другом и только в своей совокупности решают проблему адекватного взаимодействия экономических агентов и государства. В публичной сфере могут выстраиваться модели односторонней (директивной) коммуникации, совещательного общения и спорадического поддержания управленческих контактов. Поскольку публичная сфера государственного управления всегда обладает ассиметричным характером в части ответственности и взаимных обязательств власти и ее контрагентов, она может сочетаться как с развитыми формами обратной связи, так и с односторонней активностью государства.

В данной связи автор обращает внимание на то, что неизбежной составляющей взаимоотношений государства и бизнеса являются латентные формы общения, существенно деформирующие нормы и правила деловых коммуникаций. Если в публичной сфере взаимоотношения строятся посредством статусных и безличных связей, то латентные взаимосвязи формируются на основе сетевых зависимостей и персональной лояльности и выражены в образовании и вступлении в деловые коммуникации различных альянсов и коалиций, связанных решением той или иной проблемы. Таким

образом, внешнее господство иерархических организационных связей в государственном управлении дополняется (или подменяется) системой межгрупповых договоренностей (как особой формой коммуникаций) и отклоняющимися от управленческих стандартов предметно ориентированными практиками государственных акторов и их коммерческих партнеров.

Характеризуя содержание деловых коммуникаций государства и бизнеса, автор выделяет основные типы поддержания этих контактов: взаимно- ассиметричный; связанный исключительно со сферой принятия решений; гибкий и комбинированный (включающий прямые и опосредованные, явные, полутеневые и теневые формы воздействия на своих контрагентов); высоко конкурентный (в котором возможные формы деловой коммуникации варьируются от ассиметричной или репрессивной - когда один из участников коммуникации определяет содержание и способы общения, а другой лишь подчиняется) до диалогического.

Раскрывая содержание данных типов коммуникаций государства и бизнеса, автор обращается и к характеристике акторов, опосредующих их формы общения, к анализу средств массовой информации, имеющих возможность формировать повестку дня в политическом дискурсе и оказывать влияние на механизмы принятия решений. В данном аспекте массмедиа интерпретируются как инструменты привлечения общества (в лице его основных групп) к процессу выстраивания рассматриваемых деловых коммуникаций. В данном аспекте важным становится возможность государственных и бизнес-структур использовать потенциал этого косвенного участника коммуникаций, его способности к направленной трансляции необходимой информации и оказанию давления на ключевых лиц, принимающих решение.

Развивая принципы коммуникативного подхода (предопределяющие возможность фиксации субъектного характера взаимодействия государства и бизнеса, характеристику тех лиц, которые олицетворяют их позиции), автор связывает анализ общих, институциональных моделей их коммуникации до персонифицированного уровня поддержания контактов. В этой связи он обращается к структурной характеристике формальных и неформальных составляющих персонального среза отношений государства и бизнеса. Анализируя этот аспект с привлечением современного эмпирического материала, автор приходит к выводу, что от конкретных лиц, олицетворяющих связи государства и бизнеса, а равно их способностей к построению партнерского диалога, напрямую зависит качество деловых

коммуникаций сторон и даже перспективы формирования (инвестиционных и прочих) моделей.

В этом аспекте особую роль играют неформальные формы коммуникаций, постоянно демонстрирующие – особенно в российских условиях – свои инструментальные возможности, свой коммуникативный потенциал. По мнению автора, активное использование этих инструментов не только обусловлено высоко конкурентной борьбой за сферы экономического и социального влияния со стороны бизнес-структур, дифференцированным подходом государства к распределению льгот в сфере налогообложения или выделением им различного рода преференций и т.д., но и является одним из мощных факторов постоянного расширения теневых форм деловых коммуникаций структур власти и бизнес-структур. Существенным фактором, обуславливающим расширение такого рода подходов к налаживанию общения государственных и коммерческих организаций следует считать определенные социокультурные особенности отечественного предпринимательства и одновременно отправления служебной деятельности чиновников, а также отсутствие четкого нормативно-правового регулирования лоббистской деятельности и системы представительства интересов.

Во втором параграфе **«Политика и экономика как основание взаимодействия государства и бизнеса»** раскрывается зависимость коммуникативных моделей государства и бизнеса от взаимодействия политики и экономики, задающих основополагающие принципы их делового общения.

Анализируя универсальные и специфические формы взаимоотношений политики и экономики, автор раскрывает соответствующие им - классические и современные - институциональные модели деловых коммуникаций государства и бизнеса. В частности, в диссертации отмечается, что для либеральной рыночной экономики свойственно преобладание плюралистической системы представительства интересов, открытость политической системы для воздействия со стороны бизнеса, участие бизнеса в разработке и реализации государственной политики на правах равного партнера с сохранением своей экономической и политической автономии. Для взаимодействия государства и бизнеса в координированных экономиках характерны различные модификации некорпоративных моделей их взаимоотношений. При этом ведущая роль в построении деловых коммуникаций принадлежит государству и варьируется от дирижистских методов до мягких, косвенных форм воздействия, при этом

статус бизнеса в политико-экономическом пространстве варьируется от роли поставщика ресурсов до младшего партнера.

Уточняя содержание взаимосвязей политических и экономических процессов в современных условиях, автор отмечает, что в экономической политике стран Запада начинает превалировать задача адаптации национальных экономик к требованиям глобального рынка. Деятельность таких государств концептуализируется в таких терминах, как «новое регулирующее государство», «государство конкуренции» и «государство-брокер». Трансформация взаимоотношений государства и бизнеса на Западе сопровождается выдвиганием новой модели отношений – «государство компаний», ранее характерной только для плюралистической парадигмы, принятой в США. Место замкнутых корпоративистских режимов взаимодействия начинают занимать институциональные образования, которые отличают большая открытость, автономия и асимметричность статуса участников (сообщества и сети) и которые описываются различными моделями политического соуправления.

В третьем параграфе **«Группы интересов бизнеса в политическом пространстве современного государства»** позиционирование бизнеса уточняется через характеристику групп интересов. В этом контексте в работе показывается, что характер взаимодействия государства и бизнеса зависит от конкретных возможностей продвижения групповых интересов и приращения политического капитала бизнеса, которые, в конечном счете, создает представляющий государство правящий политический режим.

В этой связи в работе раскрывается тот факт, что политический капитал бизнеса (как иномформа его коммуникативного потенциала) представляет собой совокупность ресурсов, наличие которых позволяет ему претендовать на роль активного актора в политическом пространстве и достигать цели оптимизации условий своей хозяйственно-экономической деятельности. Составной частью этой задачи является и оптимизация конкурентных взаимоотношений с другими субъектами политического поля по поводу распределения и перераспределения властных полномочий для приобретения конкурентных преимуществ.

Автор выделяет основные составляющие политического капитала: экономический капитал; социальный капитал; управленческие и административные ресурсы; публицитный капитал (включающий «пиаровский» ресурс и имиджевые характеристики компании); внешне-экономический капитал (отражающий влияние в системе международных связей); а также «шантажный потенциал» бизнеса. Выход бизнеса на политический рынок происходит путем конвертации

совокупности выше обозначенных ресурсов. В этой связи автор обращает внимание на особую важность коммуникативной составляющей политического капитала бизнеса, являющуюся, с одной стороны, важной его слагаемой, а с другой, - необходимым условием конвертации имеющихся ресурсов в политический капитал, поскольку данное превращение возможно лишь при наличии каналов контактного взаимодействия.

Развивая свои исследовательские подходы, автор констатирует, что рамки для возможных моделей взаимоотношений государства и бизнеса задает правящий политический режим. В этом контексте автор разрабатывает классификацию политических режимов в зависимости от модели социально-политического взаимодействия государства и групп интересов. К ним он относит: модель свободы группового политического участия; модель зависимости государства от групп интересов; модель, отражающую способности или неспособности групп использовать государство в качестве инструмента для извлечения ренты. Каждая модель предусматривает разный статус и различные формы участия групп интересов бизнеса в формировании государственной политики. В данном случае автор отмечает либо высокую автономию бизнес-структур (однако сохраняющих конкурентный и негарантированный доступ к процессу принятия государственных решений), либо возможность их постоянного участия в формировании государственной политики (при сокращении их автономной роли).

Выделенная автором типология политических режимов определяет общую схему формирования государственной политики. Сформированные данным режимом формальные и неформальные правила взаимодействия между органами публичной власти и группами интересов бизнеса в процессах выработки и реализации государственной политики одновременно демонстрируют и отличительные черты деловых коммуникаций этих партнеров.

Вторая глава **«Механизмы и практики взаимодействия государства и бизнеса в современной России»** посвящена характеристике эволюции моделей взаимодействия государства и бизнеса и особенностей трансформации деловых коммуникаций в современных российских условиях.

В первом параграфе **«Трансформация политического режима в постсоветской России»** раскрывается взаимосвязь между формированием конкретных институциональных моделей взаимодействия государства и бизнеса в России и логикой трансформации правящих политических режимов.

В данном параграфе трансформация политических режимов в постсоветской России прежде всего анализируется с позиции «патронального

президентства», отражающей сосредоточение в руках правящей группы огромной формальной и неформальной власти клиентелистского характера. Полицентричный режим в период президентства Б. Ельцина обуславливал широкую автономию ключевых игроков и разработку государственной политики на основе вполне определенной сделки - обмена политической ренты на экономическую поддержку. В тот период развития разграничение сфер политического и экономического носило особенно размытый характер, а диффузия государства и бизнеса была крайне высокой при низкой институализации ключевых игроков.

Трансформация политического режима и переход сначала к моноцентрической политико-административной системе, а затем к персоналистскому режиму со стратегией доминантного игрока задали новые рамки и характер выстраивания деловых коммуникаций государства и бизнеса. Исходной составляющей нового политического режима стал необычно высокий и устойчивый рейтинг В. Путина, который занял центральное положение в политической базе моноцентрической системы. Рейтинг как мощный инструмент легитимации преобразований позволил изменить конфигурацию политической базы нового режима, поскольку потребность президентской власти в посредничестве элит для выстраивания отношений с общественностью существенно сократилась. Опираясь на новые ресурсы, президентская власть получила возможность выстраивать отношения с элитами с позиции силы. Деполитизация бизнеса сохранила ему лишь возможность воздействия на принятие решений лишь в режиме консультаций.

В качестве основных характеристик институционально-политической конструкции, сложившейся в первые два срока президентства В. Путина и определившей возможности деловых коммуникаций государства и бизнеса, автор выделяет: концентрацию ключевых решений в узком круге высшего политического руководства; увеличение дистанции между высшим политическим руководством и основными отрядами элиты; ликвидацию возможностей использования стратегий «давления» бизнеса на принятие властных решений; рост внутренней защищенности механизма принятия решений от внешнего вмешательства; формирование особого институционального режима, призванного обеспечивать подключение представителей функциональных элит к принятию решений в формате согласований («режим консультаций»).

Совместное правление нового президента с политически сильным премьером, закрепленное при помощи новой конструкции – «тандема»,

существенно не изменило ни конфигурацию политического режима, ни характер институализации деловых коммуникаций власти с бизнесом.

Во втором параграфе **«Эволюция моделей взаимоотношения государства и бизнеса в современной России»** раскрывается содержание этапов и отличительных черт развития деловых коммуникаций государства и бизнеса в постсоветской России.

Анализируя условия возникновения и развития бизнеса в России в постсоветский период, автор делает вывод о том, что особенности российских социально-политических процессов в конце XX века оказали ключевое воздействие на формы и способы построения деловых коммуникаций государства с органами власти. В этой связи в работе выделены основные этапы в развитии отношений государства и бизнеса. Первый - с начала 1990-х гг. по 1996 г. (когда происходило формирование частного сектора и основных параметров государства). Данный этап предопределил во многом положение бизнеса в политико-экономической системе в последующих периодах. На этом этапе формируется отряд собственников предприятий, которые стали оказывать значительное воздействие на ход политического развития в стране. Основной вектор взаимодействия государства и бизнеса лежал в это время в плоскости своеобразного обмена ресурсами между сторонами, происходящего в результате принятия взаимовыгодных решений, но при этом дистанция между государственной властью и крупным бизнесом сведена к минимуму. Формат построения деловых коммуникаций практически диктовался бизнесом, закрепившим за собой существенные ресурсы.

Второй период - с 1996 по 2000 гг. - характеризуется усилением влияния бизнеса на институты власти, максимальным уровнем сращивания представителей бизнес-элиты с государственными структурами. Располагая масштабным политическим капиталом, крупный бизнес стал позиционироваться как важнейший субъект политики. Коммуникационные каналы с ключевыми лицами, принимающими решениями, были монополизированы группой крупных бизнес-структур, которые, помимо этого, контролировали медиа холдинги и, по сути, определяли управленческую повестку дня. Однако на завершении этого этапа происходит демонтаж полицентрических коммуникаций, спровоцировавший вынужденный отказ бизнес-элит от оппортунистического поведения в пользу сильного ключевого игрока. После президентских выборов 1996 г., поскольку, бизнес стал напрямую участвовать в отправлении государственной власти, коммуникации крупного бизнеса и государства, по сути, превратились в формы внутреннего общения.

Начавшаяся в 2000 г. трансформация политического режима сопровождалась сменой вектора коммуникации с бизнесом и ликвидацией большинства политических инструментов, позволявших влиять на исполнительную власть в федеральном центре. Логика построения отношений с бизнесом на данном этапе заключалась в установлении стратегии «равноудаленности» и политическом «обезоруживании» бизнеса. После знакового для отношений государства и бизнеса 2003 г. государство вытесняет бизнес как политико-экономического агента на периферию системы управления и превращает его в поставщика ресурсов, участвующего в разработке государственных стратегий в консультационном режиме. В этот период происходит закрепление складывавшейся в предыдущий период новой формы институализации взаимодействия государства и бизнеса. Далее автор анализирует характер развития деловых коммуникаций в связи с финансовым кризисом 2008 г., показывая, как идет поиск новых механизмов взаимодействия и каналов коммуникации государства и бизнеса.

Применительно к характеристике современного этапа автор выделяет основные каналы, которыми располагает сегодня бизнес, для построения деловых коммуникаций с государством. Во-первых, это влияние СМИ, которые бизнес использует для воздействия на органы власти посредством формирования общественного мнения. Во-вторых, это организация и участие в «круглых столах» по наиболее актуальным и важным вопросам развития отраслей. В-третьих, это участие в объединениях и ассоциациях предпринимателей. В-четвертых, важным коммуникационным каналом (до решения Д.Медведева об исключении из состава Советов директоров акционерных обществ с госучастием вице-премьеров и федеральных министров, координирующих госрегулирование в соответствующих сферах деятельности, для компаний с высокой долей государственного участия) это заседания Совета директоров, создавших институциональные условия для организации деловых коммуникаций компаний и представителей государства. В-пятых, это совещательные и консультативные структуры при высших органах власти. В-шестых, экономические форумы и Интернет-площадки (блоги, форумы, твиттер, электронную почту, видео-конференции и др.). Обращается внимание и на расширение форм общения бизнеса с премьер-министром через Агентство стратегических инициатив.

В контексте анализа новых реалий, автор приходит к выводу о снижении роли прямых неформальных контактов и повышении роли публичных коммуникационных механизмов. В то же время доля неформальных форм коммуникации бизнеса и власти по-прежнему остается существенной. И в первую очередь это касается представителей бизнес-

структур, которые имеют прямой доступ к органам власти и располагающих масштабным политическим капиталом, стратегической ролью в реализации крупнейших государственных проектов. В ряде случаев эти фигуры в приоритетном порядке претендуют на бюджетное финансирование, получение льготных кредитов, влияют на кадровые перестановки в профильных органах власти и выстраивают непосредственную коммуникацию с лицами, принимающими решения. Эти лица составляют базу патрон-клиентских сетей политического режима, способствуя реализации и собственных интересов, и целей власть предержащих.

В третьем параграфе **«Новые институциональные формы взаимодействия государства и бизнеса в политической системе России»** автор раскрывает место и роль институциональных форм взаимодействия государства и бизнеса в современной России, рассматривая бизнес-ассоциации как своеобразный «институт развития» общества.

Оценивая оптимальность институциональной модели отношений государства и бизнеса, демонстрирующей центральную роль ассоциаций и союзов предпринимательских структур, автор выделяет присущие ей достоинства и недостатки. Главное достоинство состоит в том, что она позволяет государству избегать «сращивания» с бизнесом и строить взаимоотношения с ним на цивилизованной основе. Для бизнеса активное участие в деловых ассоциациях создает особые возможности по выстраиванию эффективных коммуникаций с властью. Это и участие в публичном лоббировании интересов, и влияние на государственную повестку экономического развития; и усиление позиционирования компаний в деловом и политическом сообществе; и возможность расширения личных контактов с чиновниками; и сопровождение законопроектов, и повышение информированности компаний о замыслах и формах государственной политики.

В то же время институциональная модель содержит ряд недостатков, главным из которых является ее административная «жесткость» и высокая бюрократизация. Институционализировать весь объем отношений государства и бизнеса невозможно, во-первых, в силу специфики крупных бизнес-структур, чьи интересы система представительства, основанная на союзах и ассоциациях, не способна удовлетворить в полном объеме. Поскольку крупные бизнес-структуры в большинстве своем диверсифицированы, их интересы связаны сразу с несколькими отраслями и требуют оперативного решения, что находится в противоречии с медлительностью бюрократических процедур, предусмотренных основанной на союзах и ассоциациях системой представительства интересов. Во-вторых,

институциональная модель содержит потенциальную возможность «принудительного синдицирования» бизнеса.

Кроме того, глобализация, открытость мирового экономического пространства требует от участников необходимой гибкости и оперативности и предусматривает многообразие коммуникационных каналов связи с государством. И хотя в технологическом плане «институциональную гибкость» бизнес-структурам придают GR-подразделения, они не в состоянии решить задачу их адаптации к новым вызовам времени.

Проанализировав основные вехи в развитии институциональных форм взаимодействия государства и бизнеса, автор приходит к выводу, что, несмотря на минусы создаваемой модели, сегодня следует сохранить установку на приоритетное положение союзов предпринимателей и других институциональных образований бизнеса. Это не только будет способствовать взаимному продвижению его интересов и интересов государства, но и станет основным условием для повышения эффективности их деловых коммуникаций, инструментом совершенствования корпоративного диалога.

В заключении подводятся итоги исследования и формулируются основные выводы.

Основные положения диссертационного исследования изложены в следующих публикациях автора:

**Публикации в периодических научных изданиях, рекомендованных
Высшей аттестационной комиссией Министерства образования и науки
Российской Федерации:**

1. Попандопуло А.И. Институциональные формы взаимодействия государства и бизнеса в политической системе России // Государственное управление. Электронный вестник. 2011, №29 – 0,9 п.л.
2. Попандопуло А.И. Государство и бизнес: новые горизонты партнерства // Власть. 2011, № 8. – 0,5 п.л.
3. Попандопуло А.И. Политический режим в структуре отношений государства и бизнеса // Проблемный анализ и государственно-управленческое проектирование. 2011, № 5, том 4. – 0,8 п.л.
4. Попандопуло А.И., Габуева Л.Г. Вопросы учета и оценки деловой репутации производителя медицинских услуг при использовании различных форм государственно-частного партнерства в здравоохранении // Экономика здравоохранения. 2009, № 7. – 0,5 п.л.

Другие публикации:

5. Попандопуло А.И. Политика и экономика: проблемы взаимосвязи // Материалы докладов XVI Международной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Ломоносов». – М., 2009. – 0,1 п.л.
6. Попандопуло А.И. Отраслевые формы частно-государственного партнерства на примере железнодорожного транспорта // Материалы докладов XV Международной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Ломоносов». – М., 2008. – 0,1 п.л.
7. Попандопуло А.И. Методы информационного позиционирования корпораций как инструмент разработки государственной политики // Актуальные проблемы теории и практики управления: VII-я студенческо-аспирантская научно-практ. конф.; 21-22 октября 2006 г.; «Сенеж» (Московская обл.): Сборник материалов. – М.: МАКС Пресс, 2008. – 0,4 п.л.