

Секция «Социология»

Институт лоббизма и протестная активность в современной России

Каневский Павел Сергеевич

Кандидат наук

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова,

Социологический факультет, Москва, Россия

E-mail: baresi-4@mail.ru

В последнее время в России резко усилилась протестная активность граждан. Крупные акции протеста, которые имели место в крупнейших городах страны, многие окрестили революцией белых воротничков. В самом деле, впервые реальной движущей силой протеста стали не бюджетники и не пенсионеры, а представители частного сектора и корпоративные работники. По сути, впервые громко подали голоса представители малого и среднего бизнеса. Это люди, придерживающиеся скорее либеральных взглядов, в большинстве свободно пользующиеся интернетом, в возрасте 25-40 лет. Рост протестной активности российских граждан является важным индикатором взаимодействия политической системы и социальной среды. Хотя протесты носят скорее стихийный характер, они не организованы, однако можно выделить некоторые закономерности. Прежде всего, бросается в глаза, что локомотивом протеста является не рабочий класс и не профсоюзное движение, а люди, придерживающиеся правых взглядов в политике и либеральных ценностей в экономике. Недаром, согласно опросам, ведущими «кандидатами» Болотной и Проспекта Сахарова были праволиберальные политики М.Прохоров и Г.Явлинский. Ряд комментаторов называют это влиянием Запада, который старается таким образом создать раскол в российском обществе и дестабилизировать режим. Однако акции протеста имеют и объективные причины. Во многом это попытка разрозненного гражданского общества наладить диалог с властью. Причем в качестве гражданского общества выступает весьма четкий социальный срез. Опрос ВЦИОМ демонстрирует, что это люди со средним и высоким уровнем материальной обеспеченности (83% от участников митинга на Болотной), бизнесмены, работники частных компаний и представители IT-индустрии (33%), которые называют себя приверженцами либерал-демократической идеологии (44%); лишь 13% сказали, что придерживаются левых идей (социализм, социал-демократия, коммунизм). Картина разительно отличается от того, что можно наблюдать, например, в Европе, где движущей силой протестов являются именно представители левой части идеологического спектра, организованные в профсоюзы. Это говорит о том, что именно бизнес-сообщество, представители инновационных отраслей в России являются в настоящий момент наиболее активными представителями гражданского общества, которые ищут (вернее стихийно нащупывают) пути диалога с властью.

Конечно, данной группе «рассерженных горожан» явно не хватает целостности – это скорее стихийный протест без четкой внутренней структуры и организации. И связано это, в первую очередь, именно с тем, что малый и средний бизнес все еще не имеет четких каналов артикуляции и агрегирования своих интересов. В конечном счете, все проблемы упираются в отсутствие четкого механизма взаимодействия между властью и бизнесом. Отсюда можно сделать предположение, что хотя формальным поводом для акций протеста является недовольство результатами выборов, в реальности

здесь кроются более глубокие проблемы взаимодействия между властью и обществом. И особенно четко это осознают люди (пока по отдельности, не организуясь в долгосрочные группы интересов), которым есть что терять с финансовой и прагматической точек зрения. В качестве наглядного примера можно привести и автопробеги по Москве на дорогих иномарках – не рабочие выходят на улицы, а руководители и менеджеры на недешевых иномарках, которые опасаются за свое положение в условиях отсутствия налаженного механизма защиты своих прав. Элиты либо не осознают этой проблематики, либо предпочитают сохранять ту систему отношений, которая сложилась, т.к. создание новой требует воли и реформ.

Достаточно одного взгляда на лоббистские отношения в России, чтобы понять, что они носят преимущественно патрон-клиентский и коррупционный характер, а основными субъектами лоббизма по-прежнему остаются представители крупного бизнеса, в то время как ассоциации малого бизнеса либо недостаточно организованы, либо не обладают достаточными ресурсами, влиянием и поддержкой со стороны политических структур. При этом, малый бизнес в России должен рассматриваться в качестве необходимого фундамента не только экономики, но и социально-политической системы, т.к. малый бизнес является важнейшим каналом формирования среднего класса. В настоящее время главное требование властям – это снятие административных барьеров и «пропуск» интересов малого бизнеса в структуры власти. Пока этот интерес явно не артикулируется ведущими политическими силами страны. Даже те партии и кандидаты, которые позиционируют себя в качестве представителей либеральной идеологии, не способны изменить ситуацию.

В России складывается двоякая ситуация. С одной стороны, господдержка малого бизнеса достаточно сильна, она составляет 30-40 млрд. рублей в год из федерального бюджета и примерно столько же из бюджетов региональных. Однако, по подсчетам Национального института системных исследований и проблем предпринимательства, формальные и неформальные выплаты (в т.ч. коррупционные) малого бизнеса превышают выделяемые средства в 30 раз. Среди представителей малого бизнеса, 80% не довольны своим положением, 88% боятся в любой момент лишиться собственности, а две трети жалуются на коррупцию. По-прежнему политический вес малого бизнеса мал и не идет в сравнение с тем уровнем влияния, который имеют крупные компании. Примером тому может служить то беспрецедентное доверие, которым пользуется главный коллективный лоббист крупного бизнеса – Российский Союз Промышленников и Предпринимателей, чья совокупная доля в ВВП достигает 80%, в то время как согласно стратегии правительства, основную часть ВВП должен формировать малый бизнес (до 60%), хотя сейчас эта цифра едва превышает 15%. Помимо этого, РСПП недавно получил эксклюзивное право участвовать в заседаниях правительства, что еще более упрочивает позиции крупного бизнеса и усиливает без того крепкие горизонтальные связи между исполнительной властью и корпорациями. Президент одной из наиболее видных независимых ассоциаций малого бизнеса «Опора России» С.Борисов уже заявил, что такая конструкция выглядит однобокой и не учитывает интересов широких предпринимательских слоев. Развитие института лоббизма требует не только проработки четких законодательных норм, но и реальное изменение в системе представительства интересов, т.к. только малый бизнес способен создать здоровую конкурентную среду внутри страны и вывести Россию на новый модернизационный виток.