

а

Дегтярев А.А. О роли формальных принципов и неформальных правил в современном GR-менеджменте / А.А. Дегтярев // Государство, бизнес, общество: современные теории и российские реалии / Под ред. Л.Е. Ильичевой. - М.: Аналитик, 2012.

А.А. Дегтярёв

О роли формальных принципов и неформальных правил в современном GR-менеджменте

В конце XX века профессиональный GR-менеджмент занял заметное место в современной системе корпоративного управления крупными частными фирмами среди других направлений секторального менеджмента (наряду с IT, PR и HR обеспечением, кадровым, рекламным и информационным менеджментом, и другими его секторами), стремясь обеспечивать и поддерживать здесь адекватное состояние «внешней среды» как одно из ключевых условий как успешного стратегического, так и оперативно-тактического планирования и самого осуществления корпоративного управления частными фирмами. На рубеже веков в нашей стране вначале полустихийное, «теневое», лоббирование, а затем и цивилизованный GR проникают в сферу отношений становящегося частного бизнеса и трансформирующегося нового государства. Проникают они уже в экономическую политику постсоветской России, где до этого встречались в основном лишь так называемые «посредники-толкачи» и «агенты-снабженцы», которых в переходные годы сменили так называемые «решалы» и «дожималы», работавшие в основном уже скорее по определённым ими неписанным правилам и слышимым «понятиям», чем по читанным законам.

В этом материале хотелось бы поставить два основных вопроса: во-первых, какое место в работе цивилизованного лоббиста и GR-менеджера занимают нормы «внутреннего» поведения и правила «внешней» игры, то есть общие принципы собственно корпоративного управления и оказания частного влияния на государство, с одной стороны, а с другой, - правила уже его внешнего публичного регулирования, причем со стороны того же государства. И, во-вторых, хотелось бы выяснить, какую они роль оказывают на разработку тактических решений бизнеса, выбор форм оказания воздействия на государственные органы. Ведь от идентификации и применения общих принципов и критериев, правил и норм во многом зависит выбор тех или иных конкретных средств и способов, форм и методов в работе GR-менеджера. Отсюда вытекает и более современный вопрос - в чём же испытывает нужду практикующий в России начала XXI века GR-менеджер, который стоит ныне перед разработкой и осуществлением своей конкретной стратегии и тактики для той или иной лоббистской кампании: в наличии четких правовых норм, работающих этических императивов, или же неписанных правил игры «по понятиям»?

Итак, предметное поле анализа данной статьи составляет выяснение (в порядке постановки проблемы) характера взаимосвязи между формальными нормами и неформальными правилами в современной GR-работе. Задача анализа здесь связана с попыткой реконструкции логики взаимоотношений между формулированием исходных правил «внутреннего» корпоративного GR-менеджмента и его «внешнего» регулирования. В данной статье представляется наиболее адекватным выбор и использование таких двух теоретических конструкций, как «новый» институционализм (в качестве базового общеметодологического подхода) и концепции стратегического управления, которая описывает, как правило, современную систему корпоративного управления, частью которой является и секторальный GR-менеджмент.

Для начала здесь необходимо определить понятие «принцип (норма)» вообще и «принцип управления», в частности. Вот каким образом известные российские ученые О.С. Виханский и А.И. Наумов определяют понятие принципов менеджмента. «Принципы, - отмечают они, - формируются на основе системы ценностей, являются

а

устойчивой формой проявления системы ценностей и воплощением верований в виде определённых стандартов поведения» [Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент. М.: Магистр, 2010. С. 104-105]. Следует отметить, что данная ими дефиниция касается лишь «внутренних» регулятивов, затрагивающих лишь внутриорганизационную сторону корпоративного управления. А есть одновременно имеется немало правил жизни «внешнего мира» (или внешней среды бизнеса), в условиях функционирования которых действует, конкурирует и развивает свою предпринимательскую деятельность та или иная корпорация.

Существует немало вариантов определения категории «принцип». В целом, можно выделить три основных аспекта, раскрывающих его общее содержание. Принцип выступает, во-первых, в качестве формы познания (описания и объяснения) и инструментально-методологического положения; во-вторых, в виде аксиологического положения и оценочного критерия, и, в-третьих, в виде нормативно-прескриптивного положения и регулятивного правила (нормы) практической деятельности [Дегтярёв А.А. Проблема определения видов и критериев диагноза в политико-аналитической работе // Оценка политик и новая политическая экономия: инструменты анализа экономических реформ / Под ред. А.Н. Данкова, Д.Б. Цыганкова. М.: ЦЭМИ РАН, 2006. С. 23]. Итак, из этого следует, что универсальное знание, аккумулируемое в содержании принципа, может быть соотнесено с оцениваемым объектом, в качестве некоторого эталона в ходе оценки. Принципы (критерии) оценки формулируются специалистом, исходя из задачи инструментального приложения содержания определенных ценностей, или ценностных ориентиров, применительно к специфике диагностируемого и управляемого им объекта.

Все основные и ходовые принципы и правила, применяемые во внутреннем управлении и внешнем регулировании корпоративного GR-менеджмента, можно попробовать разделить на следующие их роды и виды.

Во-первых, тут необходимо учитывать роль **«внешних» правил** (публичные нормы) регулирования поведения бизнес-организации в её социально-политическом окружении (среде), задающих (согласно постулатам неинституционализма) определённые публичные ограничения (constraints) для продвижения интересов бизнеса, которые в свою очередь можно было бы подразделить на:

1. Формальные государственно-правовые нормы «жесткого» регулирования условий лоббистской деятельности.
2. Официально провозглашенные и разделяемые большинством граждан общественные этические нормы «мягкого» регулирования.
3. Неформальные социокультурные правила и доминирующие обычаи.

Во-вторых, ко второму классу можно отнести следующие **«внутренние» правила** общекорпоративного и профессионально-секторального управления (правила внутреннего организационного поведения бизнес-групп и нормы регулирования внутренней жизнедеятельности профессионального сообщества), создающие определённые корпоративные самоограничения:

1. Внутриорганизационные принципы, нормы и процедуры, образующие формальные административные регламенты,
2. Корпоративные (организационно-групповые) этические нормы и рекомендованные когнитивно-регулятивные правила управления.
3. Формальные нормы саморегулирования профессионального сообщества (официального сектора работы лоббистов и саморегулируемых организаций (СРО)) GR-специалистов.
4. Неформальные квазиправила и «маргинально-теневые» кодексы, сложившиеся в недрах лоббистского сообщества.

В каких же случаях могут и должны использоваться в профессиональной работе лоббистов знание этих разновидностей указанных выше принципов и правил. На основе использованного проектного подхода к изучению лоббизма профессор А.С.Автономов справедливо выделяет определённый «алгоритм лоббирования», который по своей сути

а

представляет собой жизненный цикл GR-менеджмента [См.: Автономов А.С. Легальное лоббирование как антикоррупционная технология // Бизнес и власть в современной России: Теория и практика взаимодействия / Ред. П.А.Толстых и др. М.: Gr.ru, 2010. С. 87]. В границах этого цикла данного секторального вида корпоративного менеджмента специалист не один раз сталкивается с задачей идентификации средств, форм и методов лоббирования – на этапе анализа и мониторинга сложившейся проблемной для фирмы ситуации (где ему нужно дать оценку форм и методов лоббирования, применявшихся уже и применимых ныне в ней); на этапе проектирования стратегии и тактики (где ему нужно прогнозировать риски и затраты, и планировать возможность применения комбинации тех или иных на том или ином направлении и фазе лоббистской кампании), и наконец, на собственно этапе реализации и контроля исполнения этого плана лоббистской кампании в ходе организационной работы по практическому использованию и внедрению спроектированных ранее лоббистских форм и методов продвижения корпоративных интересов.

Но необходимым предварительным условием подобной циклической GR-работы является определение некоторых её форматирующих общих принципов и правил, которые и задают для их выбора определённые «институциональные коридоры».

Начнем мы разговор со «внешних» общественных норм, государственно-правовых норм и неформальных правил-регулятивов. Прежде всего, к ним относятся **«жесткие» нормы прямого и специализированного государственно-правового регулирования.** Законодательство о лоббизме (в англо-саксонских странах иногда их именуют как «жесткое право») это нормативно-правовой комплекс, образуемый посредством принятия и введения норм специализированного и общеобязательного законодательства о регулировании лоббистской деятельности в данной стране.

Здесь интересно иметь в виду то, что Комитет по государственному управлению ОЭСР не так давно разработал справку о том, что специальные законодательные акты приняты лишь в нескольких странах мира. К ним первоначально относились только англо-саксонские страны - США (1946), и Канада (1988), Австралия (1983 и 2008), затем новые европейские демократии - Литва (2001), Польша (2005) и Венгрия (2006), и последней к ним совсем недавно присоединилась Тайвань (2008) и Бразилия (2010). Итого, пока всего около десятка «чистых» стран. [См.: Чари Р., Хоген Дж., Мерфи Г. Мировая компаративистика регулирования лоббистской деятельности. М.: Gr.ru, 2012. С.32-129]. И должна ли Россия стать тут следующей, ведь большинство пошло здесь по другому пути? Для ответа на этот вопрос нужно вначале выяснить зоны и границы применения подобных регулирующих норм.

На сегодняшний день имеется три основных направления применения норм такого «жесткого», государственно-правового, регулирования лоббистской деятельности. Во-первых, это регулирование официальных статусов юридических и физических лиц, т.е. отдельных лоббистов или лоббистских агентств: регистрация лоббистов (лоббистских агентств), где дается четкое определение основных понятий и терминов, типа «лоббист» и «формы лоббирования», лицензирование и сертификация отдельных лоббистов и лоббистских агентств), а также правила их аккредитация при государственных органах и формы членства и участия в деятельности их саморегулируемых организациях (СРО).

Во-вторых, это регулирование уровня транспарентности деятельности и публичности передачи информации о тех или иных лоббистских кампаниях и взаимодействиях сторон, что связано с предоставлением и проверкой официальных данных о лоббистах и их клиентах, опубликование сведений о деятельности лоббистов в официальном национальном реестре, функционированием интернет-сайтов агентств со списками штатных сотрудников и предоставляемых ими услуг. И, в-третьих, это регулирование сферы налогообложения, оплаты труда и предоставления услуг лоббистами, предполагающее официальное заключение легальных контрактов на услуги,

а

соответствующих полученной лицензии, аккредитации или сертификации, налогообложение и уплату налогов на доходы от лоббистской деятельности, и т.д.

Какая же ситуация в итоге сегодня складывается в России в отношении внедрения официальных (писанных) «правил игры в лоббизм». Если говорить о наличии и роли сегодня в России соответствующих государственно-правовых принципов и норм, то у нас, на первый взгляд, сегодня существует уже совсем немало, в сравнении с 1990-ми годами, нормативно-правовых актов, в границах которых так или иначе регулируются отдельные сферы взаимодействия государственных органов с бизнес-структурами и НКО: Гражданский Кодекс РФ (Часть 1 и 2), Федеральные Законы РФ «О противодействии коррупции», «О государственной службе», «О саморегулируемых организациях», Указ Президента Российской Федерации от 13 апреля 2010 г. «О Национальной стратегии противодействия коррупции и Национальном плане противодействия коррупции на 2010 - 2011 годы», кроме того, имеется также ряд вариантов проекта Федерального Закона РФ «О регулировании лоббистской деятельности в органах государственной власти». В «Национальном плане противодействия коррупции», говорится по этому поводу, что на основе изучения существующего механизма учета интересов политических партий, социальных групп, юридических и физических лиц при разработке федеральных законов, законов субъектов Российской Федерации и иных нормативных правовых актов Российской Федерации пришло время организовать рассмотрение вопроса о подготовке нормативного правового акта, регулирующего лоббистскую деятельность.

В отношении принятия специализированного закона о нормах регулирования лоббистской деятельности в России мнения экспертов разделились. Одни GR-специалисты продвигают активно эту идею, аргументируя тем, что подобный закон способен перевести лоббизм в России из «чёрной», теневой зоны в транспарентную и цивилизованную зону открытого лоббизма (к ним относится и автор данного материала, ещё в конце 1990-х годов способствовавший открытому обсуждению и появлению одной из первых публикаций проекта закона о лоббизме, подготовленного А.С.Автономовым и В.А.Лепёхиным [См.: Проект Федерального закона РФ «Об основах регулирования лоббистской деятельности в России» // Государство и право. 1998. №1. С. 106-111]). Другая группа специалистов категорически возражает против принятия подобных норм, напоминая о том, к чему в наших условиях обычно приводит излишняя бюрократическая регламентация и формальный контроль, и, считая при этом, что подобную роль должны выполнять внутренние этические кодексы корпоративных лоббистов и консультантов-аутсорсеров, а также нормы создаваемого саморегулирующегося сообщества (СРО) GR-специалистов.

Второе базовое направление **регулирования лоббистской деятельности основывается на применении в основном «мягких» этических норм** (или так называемого «мягкого права» континентального образца) это нормативно-правовой комплекс, образуемый посредством принятия ряда общих норм, нередко имеющих косвенный, добровольный и рекомендательный характер. В частности, данный подход был сформулирован Европейской комиссией в 2007 году в рамках Зелёной Книги «Европейская инициатива по обеспечению прозрачности», далее, в 1997 году был принят обязательный реестр лоббистов при Европарламенте, а затем в 2008 году был утверждён Кодекс этического поведения Евролоббистов, и в итоге введён в действие единый электронный реестр лоббистских организаций при Евросоюзе, который объединил его с добровольным реестром при Еврокомиссии. Весомую роль здесь выполняют объединения, профессиональные GR-ассоциации и лиги лоббистов, которые сами разрабатывают, согласовывают и контролируют правила поведения (этические кодексы), проводят мониторинг проблемных ситуаций, от имени всего сообщества участвуют в госрегулировании профессиональной деятельности, принимают и исключают членов

а

организаций, и наконец, разрабатывают и администрируют образовательные программы по GR.

В чем же состоят преимущества и условия для использования профессиональных норм и официально принятых этических кодексов в регулировании поведения лоббистов. Прежде всего, это предполагает определённый уровень институционального развития, исходной структуризации и самоорганизации профессиональных и экспертных сообществ. В европейских странах сейчас уже довольно много подобных действующих этических кодексов. В этом плане в одном из первых отечественных учебных пособий по GR отмечается, что «основываясь на действующем западноевропейском опыте и учитывая российскую специфику, можно предложить ряд принципов, вполне допустимых для регулирования GR-деятельности» [GR-связи с государством: теория, практика и механизмы взаимодействия бизнеса и гражданского общества с государством / Под ред. Л.В. Сморгунова, Л.Н. Тимофеевой. М.: РОССПЭН, 2012. С. 254-256], а именно, принципы: уважения к власти; законности; честности; бесконфликтности; партнерства, доверия; ответственности; конфиденциальности, и этического прогресса. К тому же в России есть уже некоторый опыт разработки других этических кодексов поведения и хартий в смежных профессиях и областях работы - госслужащих, PR-специалистов, журналистов, адвокатов, политических консультантов, и пр.

Но здесь надо иметь в виду, что наряду и параллельно с доминирующей и официально продекларированной в социуме и в отдельных сообществах этики существует параллельные и альтернативные **неформальные квази-правила отдельных сообществ и «маргинально-теневые» поведенческие нормы**. Наиболее характерным и самым одиозным примером подобных «квази-норм» являются «кодексы» и «понятия» криминальных сообществ, которые в России 1990-х гг., к сожалению, проникли в сферу отечественного бизнеса и делового общения. Какова же их роль, природа и функции при продвижении деловых интересов?

В каждой этноконфессиональной культуре существуют общие принципы религиозной и традиционной светской этики, которые влияют на выбор ориентиров и утверждение профессиональных норм (к примеру, протестантская этика служит ориентиром - для западных ТНК, исламская – каноном для исламских банков, и пр.), как это происходило многие годы в деловом общении в рамках иудеохристианской культуры в отношении общеморальных императивов, типа Моисеевых заповедей «не убий» и «не укради», хотя рядом с этим появлялись и правила явно помягче, вроде народной русской заповеди «с сильным не рядится, с богатым не судиться или сформулированного в свое время К.Клаузевицом императива «говорить или чистую правду, или говорить не всю правду».

Таких «понятийных правил» в сфере активности некоторых отечественных «решал и дожимал», действует пока не так уж и мало (хотя диапазон их распространения всё же немного сузился, в сравнении с 1990-ми гг.). К примеру, в ряде проведённых автором весной 2012 года фокус-группах по проблеме легитимизации собственности в России встречались подобные характерные формулировки - «согрешим – покаемся, покаемся – отмолимся, отмолимся – пожертвуем» (о теневом бизнесе), «не трогай нашу семью, и не предавай нашу систему (о региональном чиновнике, ставшем лоббистом), «приватизируй прибыли и выгоды, национализируй убытки и издержки» (о работе госкомпаний), «все просто и так - для своих, ничего простого и за так - для чужих» (об патрон-клиентной аффилированности бизнеса с чиновниками), «зачисти сегодня конкурента и оппонента, или завтра он сам зачистит тебя» (о недобросовестном «дожимании» конкурентов), и пр. К примеру, раньше в СССР отрицательным эталоном коррупционного поведения были этно-культурные образцы Кавказа и Средней Азии, где взятка считалась подарком, то есть «естественной» благодарностью и данью уважения. И противоречие между западными правовыми и корпоративными нормами, и нашими «местными понятиями и обычаями» при лоббировании приводит к таким карьерным парадоксам, что с иногда с работы просто

а

«пачками» вылетают западные корпоративные топ-менеджеры, как это произошло с частью менеджмента ИКЕА в России и Восточной Европе.

Если нет адекватных формальных правовых и этических норм (или они есть, но не адекватно исполняются, или не вполне адекватны по своему реальному содержанию (типа известного московского городского «Закона о тишине»), то этот вакуум с необходимостью заполняют стихийно формирующиеся неформальные социокультурные нормы. Нобелевский лауреат Дуглас Норт в своей известной книге «Институты, институциональные изменения и функционирование экономики» (1990) различает формальные и неформальные правила следующим образом. Неформальные правила складываются стихийно, в процессе множества взаимодействий между агентами, как общепринятый способ снижения транзакционных издержек.

А вот формальные правила нередко создаются как письменное оформление уже существующих неформальных правил. Вначале возникает проблемная ситуация и потребность по поводу правил игры, то есть каким образом действовать в ней, затем внутри экономического уклада вырабатывается проект правил, и они кодифицируются (сама по себе идея эта не столь уж оригинальна и нова, так как ещё в «Рассуждение о последней декаде Тита Ливия» Н.Макиавелли замечает, что современные законы возникли из практических прецедентных правил, которые использовали ЛПР (судьи в древности), т.е. по своей сути выросли из норм «обычного права»). «Таким образом, - пишет Э.Л.Панеях, - формальные правила предстают как фиксация устойчивого ядра уклада, а неформальные – как его изменчивая периферия» [Панеях Э.Л. Неформальные институты и использование формальных правил: Закон действующий vs закон применяемый // Куда идёт Россия: Формальные институты и неформальные практики / Под ред. Т.И. Заславской. М.: МВШСЭН, 2002. С.156] . К примеру, возможно, что при новом мэре Москвы С.С.Собянине несколько меняется отношение к соблюдению девелоперами городских градостроительных норм, на которые ряд приближенных к телу экс-мэра бизнес-лоббистов просто не слишком обращали внимание (как этот обычно и делала фирма ДОН-Строй во многих районах Москвы, в частности, никто из руководящих контролирующими чиновников московского правительства упорно не замечал многократное превышение нормы этажности и нарушение «небесной линии» Воробьевых гор при строительстве огромного небоскреба на Мосфильмовской улице).

Это образует довольно сложный конгломерат доминирующих общенациональных правил «обычного права», с когнитивно-регулятивными правилами социально-политической целесообразности (типа «законов» Паркинсона или «правил» Мэрфи) и частными субкультурными правилами отдельных этнических и профессиональных сообществ (судьи и прокуроры, торговцы и ростовщики, этнические диаспоры и религиозные общины). Здесь надо иметь в виду, что многие GR-менеджеры пользуются ещё и прикладными «когнитивно-регулятивными принципами». Например, группа американских специалистов по GR выделяет семь подобных «фундаментальных принципов» (или правил): 1) никогда не допускать недооценки уровня воздействия государства на бизнес; 2) эффективное влияние необходимо осуществлять на прочной базе выстроенной системы взаимоотношений; 3) для того, чтобы иметь возможность формулировать государственные нормы, нужно формировать мощные коалиции; 4) для того, чтобы влиять на содержание данных норм, необходимо вступать в кооперацию со своими соперниками; 5) необходимо учитывать, что то, где проходит воздействие является не менее важным, чем то, как оно вами осуществляется; 6) важно учитывать, что то, что способно повлиять при этом на формирование самих правил игры в конкурентной борьбе является самым грозным оружием, и наконец, что сама 7) игра за превалирующее влияние никогда окончательно не завершается [Watkins M., Edwards M., Thakrar U. Winning the Influence Game: What Every Business Leader Should Know about Government. New York: John Wiley & Sons Inc., 2001. P. 13-27].

а

Как же в итоге учесть этот замысловатый комплекс «внешних» и «внутренних» правил GR-менеджмента при выборе и использовании конкретных форм и способов лоббистского воздействия. В свое время другой Нобелевский лауреат Элионор Остром в работе «Управляя общим благом» (1990) попыталась соединить в рамках своей концепции политического управления логику коллективно-индивидуальных действий с учетом образующих для них «коридоры ограничений» институциональных правил различного уровня. С одной стороны, точкой отсчета в анализе принятия решений выступают действия индивидуальных акторов, опирающихся на определенные ресурсы, интересы и приоритеты. Кроме того, каждый индивид, участвующий в политико-управленческом процессе, постоянно попадает в различные контексты ситуации принятия решений (decision situations). Но, с другой стороны, всякая ситуация принятия решения, в которой оказывается индивидуальный актор, в свою очередь есть продукт функционирования определенных институциональных правил, регулирования известных общественных ресурсов (или благ), воздействия экономических условий и давления общественного мнения. Говоря марксистским языком, принятие политических решений здесь является продуктом взаимодействия «субъективного фактора» (индивидуальная активность) с комплексом «объективных факторов» (правила, ресурсы, условия среды и т. д.).

Далее Э. Остром удается разработать классификацию институциональных правил, с помощью которых происходит агрегирование индивидуальных действий в коллективные решения, распределение индивидов по властным ролям и позициям, а также формирование коммуникаций между акторами, играющими в принятии решений разные роли. Для того чтобы объяснить опосредованный характер воздействия государственных решений на индивидуальное поведение, Э. Остром выделяет три взаимосвязанных между собой уровня институционального анализа: **операциональный, коллективный и конституционный**. На нижнем, операциональном, уровне тот или иной государственный орган вырабатывает свои ведомственные решения. На уровне так называемого «коллективного выбора» принимаются правовые акты, на основе которых регламентируется деятельность государственных органов, а на верхнем, конституционном, уровне задаются высшие нормы, регулирующие деятельность даже законодательных органов и, в том числе, федерального парламента. [См.: Дегтярёв А.А. Принятие политических решений. М.: КДУ, 2004. С. 141-142].

Таким образом, отсюда, во-первых, следует, что деятельность по лоббированию тоже носит иерархический характер: работа по созданию «внешних правил» на более высоких уровнях (как, например, законы о регулировании лоббизма) задает «институциональные барьеры и коридоры» для разработки «правил внутренних», т.е. правил более низкого уровня и т. д. Во-вторых, рядовые лоббисты при этом всё же действуют в основном по «внутренним» операциональным правилам нижнего уровня (к примеру, лоббист западной ТНК в азиатской стране не будет скорее платить взятки, и исходя из своего внутрикорпоративного кодекса правил), тогда как нормы общенационального, «конституционного и коллективного», уровня выступают для них лишь в качестве опосредованных низовыми процедурами ориентиров. Исходя из этой логики, внешние правила задают своего рода институциональный коридор, а внутренние правила образуют в нём ещё более узкую линию для выбора адекватных форм.

Какие в итоге можно сделать выводы в результате данного анализа и предшествующего рассуждения, и также что можно было предложить для упорядочивания норм регулирования лоббистской деятельности. Если говорить о состоянии действующих принципов, правил и норм в рамках современного российского лоббизма, то они представляют собою довольно разнородную и горючую смесь заимствованных и традиционных правил игры, имея достаточно синкретический и смешанный характер этапа порою немирного сосуществования взаимопротиворечащих друг другу правил и субкультур лоббирования.

а

Во-первых, надо осуществить переход от «анархичной и закрытой игры» (с очень узким диапазоном официальных, устойчивых и единых правил) в рамках «кланово-афилированной модели» с селективными и неофициальными, часто меняющимися и необязательными для всех «понятийными правилами», к более «открытой и структурированной игре» в рамках «цивилизованной модели» по фиксированным, разделяемым и соблюдаемым правовым и этическим правилам, и наконец, пролоббировать и принять в Госдуме РФ проект Закона о регулировании лоббистской деятельности со смешанным «мягко-жестким» вариантом регулирования.

Во-вторых, развивать и внедрять правила профессиональной этики в практике работы общенационального, местных и отраслевых сообществ GR-специалистов и лоббистов, на основе развития сетевой деятельности Комитетов по GR уже существующих смежных ассоциаций - РАСО и АМР, и также создания профессиональной Ассоциации GR-специалистов (и шаг в этом направлении уже сделан в этом году, 2 ноября 2012 года Минюст России зарегистрировал Некоммерческое партнерство содействия формированию цивилизованного рынка взаимодействия общества и государства «Национальная лига специалистов по связям бизнеса и государства», и подписаны соглашения о вхождении Лиги в Международную ассоциацию по защите интересов (ИРРАА) и Ассоциацию аккредитованных лоббистов при Европейском Союзе (AALEP)). Следующий шаг может быть связан с созданием на её основе профессионального СРО лоббистов и GR-менеджеров, используя для этого нормы уже действующего Федерального закона «О саморегулируемых организациях», и обеспечив продвижение и принятие наконец-то в российском парламенте законопроекта о легализации и регулировании лоббистской деятельности в нашей стране.

В-третьих, в силу этих моментов в итоге постепенно необходимо изменять сложившуюся «социокультурную пропорцию» (или институциональный дизайн) между применением официальных правовых норм, общеэтических и профессиональных принципов, с одной стороны, и практикой использования «неофициальных понятий», с другой, в пользу снижения диапазона применения последних, и минимизации противозаконных и нелегальных практик, использования коррупционных форм и методов лоббирования. Создание впервые в России профессиональной организации лоббистов вселяет здесь некоторый осторожный оптимизм, и дорогу здесь должны осилить идущие по ней (и при этом играющие по законам, а не «понятиям») отечественные GR-специалисты.

Литература

1. Автономов А.С. Легальное лоббирование как антикоррупционная технология // Бизнес и власть в современной России: Теория и практика взаимодействия / Ред. П.А. Толстых и др. М.: Gr.ru, 2010.
2. Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент. М.: Магистр, 2010.
3. Дегтярёв А.А. Принятие политических решений. М.: КДУ, 2004.
4. Дегтярёв А.А. Проблема определения видов и критериев диагноза в политико-аналитической работе // Оценка политик и новая политическая экономия: инструменты анализа экономических реформ / Под ред. А.Н. Данкова, Д.Б. Цыганкова. М.: ЦЭМИ РАН, 2006.
5. Панеях Э.Л. Неформальные институты и использование формальных правил: Закон действующий vs закон применяемый // Куда идёт Россия: Формальные институты и неформальные практики / Под ред. Т.И. Заславской. М.: МВШСЭН, 2002.
6. Сток Дж., Эванс Ф., Шульман Л. Конкуренция, базирующаяся на способностях: Новые правила корпоративной стратегии // Корпоративная стратегия / Ред. О. Нижельская. М.: Бизнес Букс, 2008.
7. Чари Р., Хоген Дж., Мерфи Г. Мировая компаративистика регулирования лоббистской деятельности. М.: Gr.ru, 2012.

а

8. GR-связи с государством: теория, практика и механизмы взаимодействия бизнеса и гражданского общества с государством / Под ред. Л.В. Сморгунова, Л.Н. Тимофеевой. М.: РОССПЭН, 2012.

9. Lobbyists, Governments and Public Trust: Promotion Integrity Through Self-Regulation. Vol.2. / Ed. R. Alter. Paris, OECD Publishing, 2012.

10. Mack Ch. Business, Politics and the Practice of Government Relations. Westport-London: Quorum Books, 1997.

11. Thompson St., John St. Public Affairs in Practice: A Practical Guide to Lobbying. London-Philadelphia, 2007.

12. Watkins M., Edwards M., Thakrar U. Winning the Influence Game: What Every Business Leader Should Know about Government. New York, John Wiley & Sons Inc., 2001.

Аннотация

В данной статье автор ставит ряд вопросов, связанных с ролью принципов и правил в современном GR-менеджменте и лоббистской деятельности в условиях российской реальности. В качестве методологического подхода им выделяется новый институционализм, в рамках которого анализируется роль и соотношение формальных принципов и неформальных правил GR-менеджмента вообще, и лоббистской деятельности в современной России, в частности. При этом автор приходит к выводу, что важным для реконструкции системы принципов GR-работы применительно к России является выяснение соотношения «внешних» и «внутренних» регулятивов, где первые образуют некий «институциональный коридор» для ограничения применения вторых.

Summary

In this article, we offer the use of the Neoinstitutional Approach as the Methodological Background of the Analysis of Government Relations and GR-Management Formal Principles and Informal Rules in the Contemporary Russia.

Ключевые слова

Взаимосвязь с государственными органами, GR-менеджмент, секторальный менеджмент, лоббирование, корпоративное управление, принцип управления, формальные принципы и нормы, неформальные правила менеджмента, новый институционализм, институциональные ограничения

Key Terms

Government Relations, GR-Management, Sectoral Management, Lobbying, Corporate Management, Principle of Management, Formal Principles and Norms, Managerial Informal Rules, New Institutionalism, Institutional Constraints

Сведения об авторе

А.А. Дегтярёв - профессор факультета прикладной политологии НИУ ВШЭ и факультета политологии МГИМО (У) МИД РФ, является заместителем председателя Научно-методического совета по политологии Министерства образования и науки РФ, вице-президентом Национальной Лиги специалистов по связям бизнеса и государства, членом Правления Национальной коллегии политологов-преподавателей, членом редколлегий научных журналов - Политические исследования, Политика, Моделирование в социально-политической сфере, членом Редакционного совета аналитического интернет-портала Politanaliz.ru, Попечительского совета Центра по изучению проблем взаимодействия бизнеса и власти, партнёром консалтинговой GR-компании Румянцев и партнёры,