

Анализ практик продвижения интересов (на примере Воронежской области)

Научный руководитель – Воронов Виктор Васильевич

Арутюнян Армен Сергеевич

Аспирант

Институт социологии РАН, Москва, Россия

E-mail: armenaru@gmail.com

В общеизвестной практике структуры призванные обеспечивать продвижение интересов социальных групп именуется лоббистскими. В российской правовой практике в роли проводников интересов социальных групп выступают различные общественные и деловые организации, призванные обеспечивать агрегирование и продвижение специфических интересов. Основная задача лоббистских организаций - это обеспечение комфортного решения в интересах развития компаний, корпораций, отраслевых структур и др. Проблемная ситуация заключается в том, что инициативы продвигаемые, интересантами от различных сфер экономики влияют на качество общественной среды, тем самым подвергая ее деформации.

В РФ группы интересов преимущественно представлены в виде ассоциаций, гильдий, коллегий, лиг, некоммерческих партнерств, обществ, палат, союзов, а также фондов. Среди них особо следует выделить те, которые обладают значительной административной и медийной поддержкой на государственном уровне. К коммерческим группам интересов относятся: Ассоциация российских банков, Всероссийский Союз Страховщиков, Деловая Россия, Опора России, Российский союз промышленников и предпринимателей, Торгово-промышленная палата РФ.

На стыке государственных и общественных интересов действуют Агентство стратегических инициатив, Общественная палата РФ, Общероссийский Народный Фронт и др. Эти организации наиболее эффективны в продвижении интересов в органах государственной власти [1]. В проведенном экспертном опросе в Воронежской области анализируются наиболее распространенные практики продвижения интересов (*Выражаю благодарность в организации экспертного опроса по исследовательскому проекту «Регионы: продвижение социальных и экономических интересов» в Воронежской области: Ректору МОАУ ВО «Воронежский институт экономики и социального управления», проф. В.И.Селютину, проф. Алисовой Л.Н., к. соц. наук Захаровой Е.А., аспирантам Мельникову И.А., Пепелову С.Т., Чернову А.И.*). Согласно методическим требованиям [2,3,4,5], в опросе приняло участие 5 экспертных групп (государственное/муниципальное управление, собственный бизнес, ВИНК, НКО, научная сфера/образование, N=30), профиль экспертов - социальная и экономическая политика. Методом формирования практик продвижения интересов послужил анализ целей, задач, а также миссий общественных и деловых организаций (Ассоциация российских банков, Ассоциация региональных банков, Деловая Россия, Общероссийский Народный Фронт, Опора России, Российский союз промышленников и предпринимателей, Торгово-промышленная палата РФ). Экспертная оценка осуществлялась на основе сформированных критериев (рис.1, рис. 1.1).

Воронежская область расположена в центральной полосе европейской части России. На юге регион граничит с Украиной и Ростовской областью, на западе - с Белгородской областью, на северо-западе - с Курской областью, на севере - с Липецкой, Тамбовской областями, на северо-востоке - с Волгоградской областью. Максимальная протяженность области с запада на восток составляет 354 км, с севера на юг - 278 км [6]. Регион характеризуется ростом частных инвестиций в основной капитал, снижением уровня безработицы, высоким уровнем развития малого предпринимательства, высокими значениями

и положительной динамикой реальных располагаемых денежных доходов населения [7]. Сигнальная информация, полученная на уровне первичной обработки данных, характеризует Воронежскую область как регион с развитой информационной инфраструктурой.

Экспертами фиксируется высокий уровень самостоятельности действий по критерию «организация и проведение конференций, симпозиумов, семинаров, выставок» - 75,9%. Высокий показатель может являться результатом географического положения и развитости транспортной инфраструктуры (железнодорожные и автомобильные пути). Активность в социокультурном сегменте не в последнюю очередь связывается с туристическими кластерами, которые активно развиваются в регионе. В 2016 г. Воронежскую область году посетили около 523 тыс. туристов [8].

55,2% экспертов высоко оценивают самостоятельность по критерию «освещение деятельности в средствах массовой информации». Однако, в вопросе самостоятельности учреждения средств массовой информации, а также осуществления издательской и рекламной деятельности ситуация несколько иная. 25% экспертов отмечает, что степень самостоятельности в этой сфере отсутствует. Не исключено, что в регионе сформировались лидеры медиа сферы и рекламного бизнеса.

В Воронежской области активно развивается сегмент маркетинговых исследований (25%), что является свидетельством зрелости торгово-экономической сферы. Обращаясь к образовательной политике региона, следует выделить, что, консерватизм, характерный для института образования претерпевает фрагментарные изменения. 34,5% экспертов отмечают сильную степень самостоятельности действий деятельности учебных и иных организаций, реализующих программы подготовки и переподготовки специалистов, а также в создании консалтинговых и экспертных организаций. Очевидна тенденция адаптации образовательной сферы под потребности рыночной среды.

В регионе средняя степень самостоятельности действий по критериям: «участие в выработке решений органов государственной власти и местного самоуправления» - 65,5 %, «представление и защита интересов (групп, организаций, населения)» - 62,1%, а также «выступление с инициативами по различным вопросам общественной жизни, внесение предложений в органы государственной власти» - 48,3%. Позитивные показатели сферы репрезентации интересов могут скрывать значительное число нюансов. Это характерно для большинства российских регионов. Наиболее значимыми являются пространственно-экономические и социокультурные факторы. Взаимоотношения элит также играют не последнюю роль в формировании механизмов и каналов продвижения интересов. Формированию сбалансированных механизмов форм и методов продвижения интересов, учитывая количественные и качественные характеристики регионов, могла бы способствовать независимая социально-гуманитарная экспертиза с привлечением высококвалифицированных специалистов, в том числе социологического профиля, с выработкой соответствующего Положения на этот счет, предложения по которому уже вносились академиком РАН М.К. Горшковым в Совет Федерации Федерального Собрания Российской Федерации [9].

Источники и литература

- 1) Арутюнян А.С. Лоббизм: как превратить зло во благо? // Социологические исследования. 2016 № 5 С.54-60.
- 2) Ельмеев В. Я., Овсянников В.Г. Прикладная социология: Очерки методологии. — 2-е изд., испр. и доп. — СПб.: Издательство С.-Петербургского государственного университета, 1999. — 296 с.
- 3) Шляпентох В.Э. Проблемы качества социологической информации: достоверность, репрезентативность, прогностический потенциал. — М.: ЦСП, 2006. — 664 с.

- 4) Горшков М.К., Шереги Ф.Э. Прикладная социология: методология и методы: интерактивное учебное пособие. – М. ФГАНУ «Центр социологических исследований», Институт социологии РАН, 2012. – 404 с.
- 5) Стратегия социологического исследования: описание, объяснение, понимание социальной реальности: учеб. пособие / В.А. Ядов. – 6 е. изд., стер. – М.: Издательство «Омега-Л», 2012. – 567 с.
- 6) Ростуризм: <http://www.russiatourism.ru/regions/?fedokr=&freg=196>
- 7) Правительство России: <http://government.ru/orders/selection/405/23013/>
- 8) РИА Воронеж: <https://riavrn.ru/news/voronezhskuyu-oblast-posetili-570-tys-turistov-v-2016-godu/>
- 9) Маркин В.В., Роговая А.В. Региональное законодательство и социальные конфликты //Мониторинг правоприменения. 2016 №2 С.4-12

Иллюстрации



Рис. 1. Критерии самостоятельности действий, %

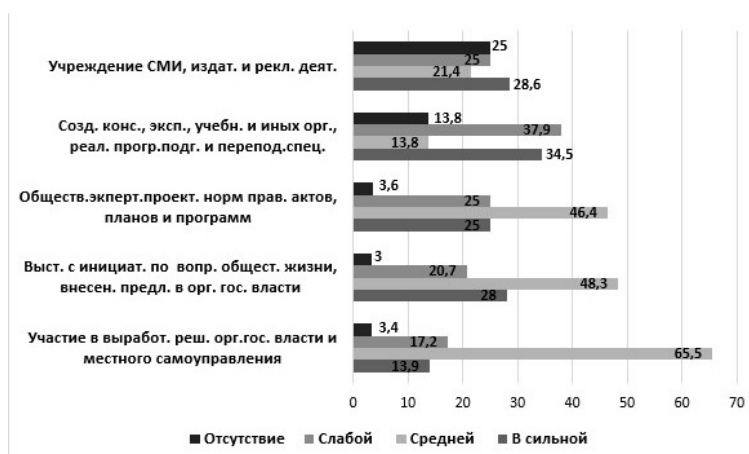


Рис. 2. Критерии самостоятельности действий, %