

Я.А.Пляйс
доктор исторических наук, профессор.
Ученый секретарь экспертного совета
ВАК РФ по политическим наукам

РЕГИОНАЛЬНАЯ ТЕМАТИКА
в диссертационных работах профессиональных политологов России

По мере развития политической науки в России региональная проблематика все чаще находит отражение в диссертационных работах отечественных политологов. Особенно заметно это по работам последних лет. Наших ученых особенно интересуют те темы, которые связаны с функционированием местной власти, выборами органов власти, местным самоуправлением, региональными элитами, политическим участием, этнополитическими процессами и т.д.

Для примера сошлюсь на некоторые диссертационные работы российских политологов последних двух лет (см. таблицу №1).

Таблица № 1.

№№ пп	Ф.И.О. автора	Тема диссертации и ученая степень	Специаль- ность	Год защиты
1.	Чернышов А.Г. (г.Саратов)	Регион в системе политических отношений российского общества <i>(докторская)</i>	23.00.02	1999
2.	Поликарпова Т.В. (г.Саратов)	Взаимодействие регионов как фактор укрепления российской государственности <i>(кандидатская)</i>	23.00.02	2000
3.	Коннычев Д.В. (г.Саратов)	Политическое участие (на приме- ре российского регионального избирательного процесса) <i>(кандидатская)</i>	23.00.02	2000
4.	Артемова Т.В. (г.Саратов)	Пресса в региональной политике <i>(кандидатская)</i>	23.00.02	1999
5.	Михайлов М.Г. (г.Орел)	Местное самоуправление в Рос- сийской Федерации: политологи- ческий анализ формирования и оптимизация деятельности <i>(кандидатская)</i>	23.00.02	1999
6.	Морозова Е.Н. (г.Орел)	Функционирование органов влас- ти и управления в субъекте Российской Федерации: политоло- гический анализ (на материалах областей центрально-черноземно- го региона) <i>(кандидатская)</i>	23.00.02	2000
7.	Каптерев С.Е. (Нижний Новгород)	Использование современных избирательных технологий в ре- гиональном политическом процессе <i>(кандидатская)</i>	23.00.02	1999

№№ пп	Ф.И.О. автора	Тема диссертации и ученая степень	Специаль- ность	Год защиты
8.	Шрейдер В.Ф. (г. Санкт-Петербург)	Местное самоуправление в условиях политических реформ в современной России (региональный аспект) <i>(кандидатская)</i>	22.00.05	2000
9.	Магомедов А.К. (г.Казань)	Региональные элиты и региональные идеологии в современной России: сравнительный анализ (на примере республик и областей Поволжья) <i>(докторская)</i>	23.00.02	1999
10.	Бахлова О.В. (г.Москва)	Региональные политические элиты в системе федеративных отношений (на примере России) <i>(кандидатская)</i>	23.00.02	1999
11.	Мартынов С.А. (г.Москва)	Муниципальные выборы как фактор демократизации политического процесса <i>(кандидатская)</i>	23.00.02	2000
12.	Джабасов А.А. (г.Москва)	Политические технологии в региональных избирательных кампаниях (на примере Свердловской области) <i>(кандидатская)</i>	23.00.02	2000
13.	Смирнов А.Н. (г.Москва)	Этнополитические процессы на Северном Кавказе: особенности и основные тенденции <i>(кандидатская)</i>	23.00.02	2000
14.	Журавский С.В. (г.Москва)	Российский анклав: возникновение, состояние тенденции социально-политического развития (на примере Калининградской области РФ) <i>(кандидатская)</i>	22.00.05	2000

Наряду с общей проблематикой профессиональные российские политологи все больше внимания уделяют бизнесу и предпринимательству. При этом рассматриваются не только общероссийские, но и региональные сюжеты. Некоторые из таких работ представлены в таблице № 2.

Таблица № 2

№№ пп	Ф.И.О. автора	Тема диссертации и ученая степень	Специаль- ность	Год защиты
1.	Кораблин Ю.В. (г.Москва)	Политика и бизнес в современной России: особенности взаимодействия <i>(кандидатская)</i>	23.00.02	1999

2.	Бурханова И.Н.	Политическая роль предпринимательства и ее проявление в электоральном процессе <i>(кандидатская)</i>	23.00.02	2000
3.	Безгодков А.В. (г. Санкт-Петербург)	Современные российские предприниматели как социально-политическая общность <i>(кандидатская)</i>	22.00.05	1999
4.	Михайлова З.Д. (г.Ростов-на-Дону)	Предпринимательство как субъект политического процесса в современной России <i>(кандидатская)</i>	23.00.02	2000
5.	Горький И.Г. (г.Саратов)	Роль регионального бизнеса в формировании и функционировании местной и федеральной власти <i>(кандидатская)</i>	23.00.02	2000

Ни одна из представленных в таблице № 2 тем, как мы видим, прямо не посвящена проблеме управления региональным экономическим развитием. Тем не менее, некоторые работы представляют несомненный интерес и дают достаточно ясное представление о современных российских бизнесменах и о тех средствах и методах, которые используются нашими новыми предпринимателями в управлении экономическим развитием, в том числе региональным.

С этой точки зрения ценная обобщенная аналитика содержится в диссертационной работе Бурхановой И.Н. В ней она, в частности, отмечает, что возрождение официального российского предпринимательства совпало с началом перестройки и принятием закона “О кооперации”. Этому посвящен второй параграф ее диссертации.

Анализируя новый слой “предпринимателей” Бурханова отмечает, что в него влилось исключительно много представителей старой партийной, хозяйственной, и комсомольской номенклатуры, небольшая часть научно-технической интеллигенции, а также бывшие “теневики” и криминальный бизнес.

В своем исследовании Бурханова рассмотрела также такие способы влияния крупного бизнеса на политику как политический лоббизм, финансирование политических партий и отдельных кандидатов, личное участие в избирательном процессе на все выборные должности до президента страны включительно.

Особое внимание Бурханова уделила такой проблеме как малый бизнес. В связи с этим она отмечает, что быстрый рост этого бизнеса в начале реформ сменился спадом в 1995–1996 гг., а кризис 1998 г. нанес по нему сильнейший удар. Что же касается политического влияния этого бизнеса, то его Бурханова характеризует как слабое. При этом, пишет она, “малый и средний бизнес более последовательно поддерживает демократические

ценности, тогда как крупный капитал легко приспосабливается к любой власти, лишь бы она не мешала ему делать деньги”.(См.стр.18-19 автореферата).

Во II-й главе Бурханова выделяет три этапа образования бизнес-структур:

1. 1989–1991 – первичное политическое самоопределение бизнеса.
2. 1991 – 1993 гг. – период активного формирования предпринимательских организаций.
3. 1993 – наши дни – безуспешные попытки консолидации бизнес-слоя и создания жизнеспособной политической партии.

Рассматривая собственно предпринимательские партии и организации, возникшие в стране в конце 80-х–90-х годах, Бурханова пишет: ”Симптоматично, что не одна предпринимательская организация не смогла стать партией, выражающей интересы всего предпринимательства. Очевидно, это было невозможно по целому ряду причин: бизнес-слой очень разнороден, представлен как малым и средним, так и крупным бизнесом; как промышленным, так и торгово-финансовым бизнесом, как компрадорской, так и национальной буржуазией. Вследствие этого, его интересы различны. Кроме того, у малого и среднего бизнеса недостаточно средств, чтобы содержать свою партию, а крупному бизнесу партию заменяет личная уния с властью. Таким образом, выявлена главная особенность взаимодействия бизнеса и власти, как в столице, так и в регионах – не институциональное представительство интересов бизнеса, а личные контакты предпринимателя с представителями властных структур, которые особенно активизируются во время выборов.” (См. стр. 19 автореферата). Детально анализируя участие бизнеса в выборах 1993 г. и 1995 г., Бурханова приводит в своей работе небезынттересную сравнительную таблицу кандидатов и депутатов-предпринимателей. Вот эта таблица.

Таблица № 3

	Государственная Дума 1993г.	Государственная Дума 1995г.
Кандидаты-предприниматели	20% от общего числа канд.-датой	35% от общего числа кандидатов
Депутаты-предприниматели	72 человека	89 человек

В третьей главе диссертации Бурхановой – “Политические ориентиры российского предпринимательства в условиях современной российской трансформации” – представлен детальный анализ выборов 1999 и 2000 гг. с точки зрения участия в них предпринимательства.

“Финансовый кризис 1998 г., – пишет автор, – повлек за собой целый ряд политических последствий, в том числе и для бизнеса. Ощувив свою незащищенность, все слои предпринимательства были сильно заинтересованы в предстоящих выборах для укрепления своего положения.

Особенностью парламентских выборов 1999 г. было активнейшее участие региональных бизнес и политических элит, чье влияние существенно возросло после кризиса 1998 г. Накануне выборов развернулась кампания по привлечению влиятельных губернаторов и президентов в различные блоки. Причем, влияние блока во многом определялось количеством губернаторов в нем. Крупные региональные предпринимательские структуры прилагали максимум усилий для того, чтобы провести “своего” ставленника в парламент по одномандатным округам и во многом им это удалось. В то же время целый ряд влиятельнейших бизнесменов федерального уровня (Березовский, Абрамович и др.) сами выдвигались в одномандатных округах и добились избрания. Можно сказать, что депутатами от одномандатных округов стали представители региональной и федеральной административной и бизнес-элит.

По партийным спискам также шло немало кандидатов-предпринимателей и многие добились желанных мандатов. В результате выборов, число депутатов-предпринимателей в парламенте увеличилось.” (См. стр. 20-21 автореферата).

Исследование Бурхановой показало, что распределение депутатов-предпринимателей по фракциям выглядит следующим образом:

Таблица № 4¹

2-я Дума		3-я Дума	
Фракции и депутатские объединения	Депутаты-предприниматели	Фракции и депутатские объединения	Депутаты предприниматели
КПРФ	26	КПРФ	16
ЛДПР	9	ЛДПР	5
“Яблоко”	5	“Яблоко”	-
НДР	18	“Единство”	30
		ОВР	14
АПР	12	Агропромышленная группа	18
Российские регионы	6	Регионы России	12
Народный депутат	10	Народный депутат	8
Не вошедшие в депутатские объединения	3	Не вошедшие в депутатские объединения	11
Итого	89	Итого	127

(См. стр. 21-22 автореферата).

Отметив, что на выборах 1999 г. не было ни одной чисто предпринимательской партии, зато представители бизнеса были во всех избирательных блоках и движениях претендовавших на место в парламенте, Бурханова далее пишет: ”Хотя ни одна из существующих политических организаций не выражала “чисто” предпринимательские интересы, практически во всех партийных программах содержались положения в поддержку малого бизнеса, национального капитала и рыночной экономики.” Свой вывод автор

¹ По материалам Вестника Центральной избирательной комиссии РФ. 1996 г. и “Коммерсант–Власть”. 2000, №3.

подтверждает сравнительным анализом экономических программ основных политических партий и организаций.

* * *

С диссертационным исследованием Бурхановой И.Н. во многом перекликается работа Михайловой З.Д. По ее мнению, предпринимательство в конце XX века делает третью попытку своего утверждения в новой истории России. “Этап генезиса,— отмечает диссертант,— в основном завершился, сформировав слои мелкого, среднего и крупного бизнеса. Продолжается их внутрислойное развитие, но межслойные взаимосвязи пока неустойчивы, что заставляет думать о недостаточной укорененности бизнес-слоя в целом.” (См. стр. 13 автореферата)

Уделив заметное внимание историографии предмета своего исследования, Михайлова обоснованно обратила внимание на тот факт, что в современной отечественной литературе стратификационные оценки места предпринимательского слоя представлены прежде всего в исследованиях таких известных ученых-академиков, как М.Н.Руткевич и Т.И.Заславская¹. В работах первого из них помимо растущей социальной дифференциации и социальной поляризации, анализируются также процессы капитализации и приведены следующие оценки представленности социальных слоев и групп²:

Таблица № 5

Социальный состав работающего населения

Социальные группы	Млн. чел.	%
Рабочие	28,0	39,7
Крестьяне	10,3	14,5
Трудовая интеллигенция	13,9	19,7
Мелкая и средняя буржуазия	0,9	1,3
ИТОГО	70,6	100,0

(См. стр. 14 автореферата)

“В бизнес-слое, — отмечает далее Михайлова,— охватывающем по данным Т.И.Заславской, 11,5% экономически активного населения России, наблюдается сложная картина. При его детальном рассмотрении видно, что он распадается на ряд групп: “предпринимателей” (11% от всего слоя), “самозанятых” (11%), “бизнесменов-менеджеров” (7%), “менеджеров-совладельцев” (7%), “классических менеджеров” (18%). Около половины бизнес-слоя (46%) составляют “полупредприниматели”, занимающиеся предпринимательством лишь часть времени, а другую — работающие по найму. Всего же по найму работают 71% занятых бизнесом. Большинство бизнес-слоя еще не выделилось из категории работников наемного труда. А собственно предпринимательское ядро,

¹ См., например, Руткевич М.Н. Трансформация структуры российского общества//СИ. 1997. №7; Заславская Т.И. Социально-трансформационная структура России//Общество и экономик. 1999. №3-4.

² См.: Руткевич М.Н. Указ.соч. С.9.

отвечающее общепринятым представлениям, составляет всего 1-1,5% экономически активного населения¹. Стратификационный подход показывает на незавершенность процесса формирования предпринимательского слоя и его пока еще недостаточную социальную укорененность. Об этом говорит целый ряд фактов и наблюдений.” (См. стр. 14-15 автореферата)

Интересны и следующие наблюдения диссертанта. “Исследования бизнес-слоя России² показали, что более половины его представителей не признают бизнес своим основным занятием. Значительная часть бизнес-слоя не оторвалась от государственной экономики и внутренне не идентифицировалась со своим новым статусом. И хотя этот род деятельности предъявляет иные профессиональные требования и дает большую часть доходов, однако существенная часть бизнес-слоя либо предпочитает “сидеть на двух стульях”, либо “уводить в тень” свою предпринимательскую деятельность. Это один из серьезных симптомов маргинальной психологии.

В генезисе бизнес-слоя выделяют три-четыре волны. Основными источниками его пополнения являются хозяйственные и партийно-номенклатурные структуры. Поскольку в России пока нет новых традиций семейного предпринимательства, формировавших независимую личность с позитивными предпринимательскими ориентациями, многие профессиональные и психологические черты бизнес-слоя заимствованы из традиций теневой экономики³ и административного предпринимательства¹.

Предприниматели первой волны занимали в обществе периферийное положение по национальному, социальному, возрастному признакам. Однако сейчас они составляют около половины числа крупных бизнесменов и образуют, по существу, бизнес-элиту. Но их периферийное положение в процессе социализации и в последующем до рекрутирования в бизнес-слой сформировали полумаргинальную психологию. Сейчас эти люди, будучи законодателями мод, демонстрируют ее более во внешнем плане, нежели во внутреннем. Причем, и во внешнем плане нравы “диких купцов” и у “новых русских дают себя знать. Уже общим местом в средствах массовой информации стали скандальные описания этих нравов. Эксперты отмечают следующую “родовую черту”: “Говоря об отечественных предпринимателях, следует отметить, что они ориентированы на западный стиль деловых отношений. Но в реальном поведении они часто демонстрируют патриархальные традиции.

¹ Заславская Т.И. Бизнес-слой российского общества: сущность, структура, статус // *Общественные науки и современность*. 1995. №1. С.17-32.

² Заславская Т.И. Бизнес-слой российского общества: сущность, структура, статус//СИ. 1995. №2; Перепелкин О.В. Российский предприниматель: штрихи к социальному портрету. Там же.

³ По данным опроса Института прикладной политики, 40% новых миллионеров раньше занимались нелегальным бизнесом, 33,5% в прошлом привлекались к уголовной ответственности. Каждый четвертый и сейчас имеет связи с уголовным миром (Аргументы и факты. 1995. №28).

Это сказывается прежде всего в стиле работы с персоналом. Лучше взять на работу “своего” или рекомендованного “своими”, чем приглашать специалиста по конкурсу... “Свои” часто не оговаривают в деталях условия сотрудничества... Деловые отношения в среде российских предпринимателей строятся все чаще через личные связи и знакомства”².

По оценкам экспертов и населения такие черты, как профессионализм, компетентность, знание своего дела, присущи современным российским предпринимателям в гораздо меньшей степени, нежели энергичность, предприимчивость, организаторские способности. Эксперты называют профессиональную компетентность в связи с российским предпринимательством лишь в 13% случаев³.

Для восходящих маргинальных слоев это, пожалуй, естественно. Ведь по данным социологических исследований подавляющее большинство современных российских предпринимателей (71%) – интеллигенты во втором поколении⁴. Здесь еще только предстоит формирование профессионально-трудовых знаний и качеств и этоса бизнес-слоя. Однако уже сейчас бизнес-слой оказался захлестнут, с одной стороны, этосом редиistribuтивной деятельности, привнесенным из партийно-номенклатурной среды (часть которой включилась в бизнес-слой), а с другой, криминальным этосом.”(См. стр. 15-16 автореферата).

* * *

Проблеме взаимодействия политики и бизнеса в современной России посвятил свою кандидатскую диссертацию глава Химкинского района Московской области Кораблин Ю.В.

По его мнению, политическая деятельность в России во многом детерминирована характером экономических отношений и направленностью их развития. В свою очередь, политика активно влияет на экономику, ускоряя или замедляя ее развитие. В определенных ситуациях такого рода обратное воздействие становится детерминирующим для всякого хода экономического процесса.

“Политика в современной России,– отмечает Кораблин далее,– имеет приоритетное значение. Это со всей очевидностью продемонстрировали на протяжении 1998, 1999 гг. три правительственных кризиса. До тех пор пока в обществе не будут решены основные вопросы политических отношений, пока не будет стабильной и действенной политической власти как в центре, так и в регионах, экономика, экономические отношения будут

¹ См. Понеделков А.В. Старостин А.М. Политическая элита и административное предпринимательство//Социально-экономические проблемы предпринимательства. Ростов-на-Дону. 1995.

² См. Перепелкин О.В. Указ. соч. С.37. См. также: Климов С.Г., Дунаевский Л.В. Новые предприниматели и старая культура//СИ. 1993. №5

³ См. Червяков В.В., Чередниченко, Шапиров В.Д. Россияне о предпринимательстве и предпринимателях//СМ. 1992. №10. С.47.

⁴ Социальный портрет мелкого и среднего предпринимателя в России//Политические исследования. 1993. №3. С.151.

оставаться их заложниками. Гиперполитическая активность российских предпринимателей объясняется во многом слабостью государственной власти, низкой эффективностью политического управления.” (См. стр. 19 автореферата)

Проанализировав различные концепции взаимозависимости политики и бизнеса, автор подчеркивает, в частности, что “в отличие от традиционной современная менеджериальная теория корпоративной ответственности бизнеса исходит из того, что деятельность бизнеса, а следовательно и его морально-политическая и социальная ответственность, не могут и не должны ограничиваться лишь сферой экономики и целями получения чистого дохода, а должна охватывать все другие сферы жизни общества.” (См. стр. 20 автореферата). Сторонниками данной концепции, отмечается в работе Кораблина, являются такие ученые как А.Берле, П.Дракер, Дж.Кларк, С.Купер, М.Рейнбор, Дж.Стайнер и др.

Во второй главе диссертации Кораблина – “Российский бизнес как субъект политики” – раскрывается генезис, современное состояние и политическое значение российского предпринимательства, осуществлен политолого-исторический экскурс становления и развития российских бизнес-структур, их роль в политике.

Проанализировав дореволюционный опыт участия в политике деловых кругов и показав разрыв преемственности и частичное сохранение традиций в современной России, Кораблин пишет: ”В отличие от западного мира российские предприниматели и их структуры сегодня проходят стадию своего нового становления на рубеже XX–XXI веков, когда в отличие от былых времен получили развитие международная экономика и политика, средства коммуникации, информатика, глобалистика. Все это придает современному российскому бизнесу весьма специфические черты и политически значимые характеристики.” (См. стр. 20-21 автореферата)

С точки зрения Кораблина, “экономическая и политическая реформы в России происходят в весьма сложных условиях.” Исследования на тему “Как следует поступить сейчас федеральным органам власти с экономическими реформами?” на период марта 1999 г. дали следующую картину (см. таблицу № 6)¹:

Таблица № 6

Год	Госслужащие		Политическая элита		Население	
	1998 г.	1999 г.	1998 г.	1999 г.	1998 г.	1999 г.
Следует продолжить в неизменном виде	0,6	0,2	1,1	1,1	2,0	1,3
Внести небольшие изменения и продолжить	14,7	9,7	12,0	11,3	11,1	9,8
Внести существенные изменения, но не прекра-	65,1	84,0	71,7	77,4	42,2	58,8

¹ См. Некоторые результаты социологического мониторинга “Государство и общество”. М. РАГС. 1999. С.6.

Год	Госслужащие		Политическая элита		Население	
	1998 г.	1999 г.	1998 г.	1999 г.	1998 г.	1999 г.
Следует прекратить	11,4	3,4	14,1	6,5	23,5	12,4
Затруднились ответить	8,2	2,7	1,1	3,7	21,2	17,7

(См. стр. 21 автореферата)

По убеждению Кораблина, в политических действиях российских предпринимательских кругов можно выделить три стратегии: политической неангажированности, опосредованного участия и личной вовлеченности. Что же касается политического самоопределения бизнеса, то оно, по мнению диссертанта, произошло в 1992-1993 гг. В эти годы появились ассоциации, союзы, партии, связанные как с новой, так и со старой экономикой. Деятельность этих организаций была в значительной степени политизирована, а основным средством защиты интересов представляемых ими предприятий и отраслей был политический лоббизм.

Анализируя итоги выборов 1993, 1995 гг., Кораблин отмечает, что с точки зрения участия предпринимательских корпоративных структур и политических объединений они не были вполне успешными. Так, на выборах 1996 г. предприниматели поддержали кандидатуру действующего президента и во многом способствовали успеху его кампании. “Переломным моментом в этом вопросе,— пишет Кораблин,— стал Всемирный экономический форум в Давосе (февраль 1996 г.), где встретились представители российской экономической и политической элит. Присутствовавшие на встрече крупнейшие российские банкиры предложили А.Чубайсу создать штаб, противостоящий оппозиции, а по сути возглавить предвыборную кампанию Б.Ельцина. Год спустя, комментируя итоги выборов Б.Березовский скажет, что “выиграть выборы президенту помог молодой российский капитал”. (См. стр. 22 автореферата).

В третьей главе диссертации Кораблина – “Политические технологии российского бизнеса” – проанализированы ряд весьма эффективных технологий влияния российского бизнеса на политику, в первую очередь современная практика лоббизма. Речь идет о практической интерпретации теорий “групп интересов”, “групп давления” в практику реального влияния бизнес-структур на законодательные и исполнительные органы власти.

В работе отмечается, что к формам современной лоббистской деятельности в палатах парламента следует отнести проведение парламентских слушаний, совещаний, “круглых столов”; семинаров, совещаний, слушаний; а также разработку и представление:

- проектов законов РФ о поправках к Конституции РФ, проектов федеральных конституционных законов и федеральных законов;
- законопроектов о внесении изменений и дополнений в действующие законы РФ;
- поправок к законопроектам в форме замечаний и предложений;

- проектов постановлений, обращений и заявлений Государственной Думы и Совета Федерации;

- докладов и содокладов по конкретным вопросам.

В парламентской деятельности встречаются и иные, более редкие формы работы депутатов и органов Государственной Думы и Совета Федерации, которые можно использовать в лоббистских целях¹. К этим редким формам лоббизма диссертант относит теневой лоббизм. К причинам его возникновения, по мнению автора можно отнести:

- отсутствие федерального законодательства и подзаконных актов, регулирующих лоббистскую деятельность;

- отсутствие приемлемых размеров и ставок налогообложения и механизмов в экономике;

- наличие значительной теневой экономики;

- передел собственности, сфер политического и экономического влияния;

- интересы монополистов и олигархов; геополитический и экономический интерес других стран, а также их представителей;

- лоббистское освоение бюджетных денежных средств и др.

В диссертации приводится ряд схем, раскрывающих “кухню”, технологии современного российского лоббизма. В частности, представлена достаточно развернутая картина деятельности “четвертой власти” как современных высокоэффективных бизнес-структур и используемых ими информационных технологий отстаивания интересов предпринимательских кругов и влияния на власть. (См. стр. 24 автореферата).

* * *

Если диссертационные исследования выше перечисленных кандидатов политических наук посвящены общей проблематике предпринимательства и бизнеса в России, то региональная тематика исследуется нашими политологами пока слабо. Исключением из правила можно считать диссертационные работы Безгодова А.В. из Санкт-Петербурга и Горького И.Г. из Саратова. Но считать их можно таковыми с определенной оговоркой, поскольку они не полностью, а лишь частично посвящены региональной тематике. В диссертации Безгодова А.В. это 2-й параграф 2-й главы – “Социально-политический портрет современного петербургского предпринимателя”, а в работе Горького И.Г. главным образом 2-я глава “Основные тенденции и закономерности взаимодействия регионального бизнеса и современной российской власти”.

Как же, если говорить конкретно, названные исследователи характеризуют те процессы, которые идут в сфере предпринимательства и бизнеса в регионах?

¹ См.: Любимов А.П. Лоббизм как конституционно-правовой институт. М., 1998.

В диссертации Безгодова А.В. отмечается: “Анализ результатов исследования петербургских предпринимателей свидетельствует о том, что социально-политический портрет данной группы является сложным, неоднородным и во многом внутренне противоречивым, что связано с противоречивостью и конфликтностью процессов институционализации экономических и общественно-политических практик предпринимательства в современном российском обществе. С одной стороны, российские предприниматели представляют собой полноценную социальную группу, которой присуща особая система ценностей, мировоззренческих ориентаций и поведенческих установок, в т.ч. политического содержания, а специфические предпринимательские стратегии и практики реально существуют. С другой стороны, многие черты социального портрета российского предпринимательства все еще слабо артикулированы, что говорит, во-первых, о том, что процесс институционализации предпринимательства еще далек от завершения, и, во-вторых, о том, что проходит он далеко не благополучно.” (См. стр. 16 автореферата)

По мнению Безгодова, предпринимательская практика используются сегодня в большинстве случаев в качестве дополнительной и не является реализацией главной экономической стратегии субъекта. В следствие этого, большинство лиц, обладающих предпринимательскими источниками дохода и некоторые лица, идентифицировавшие себя как предприниматели, не могут быть отнесены к “чистому” социальному типу “*предприниматель*”. (См. таблицу № 7). Тем не менее, само наличие предпринимательского опыта и источника дохода существенно влияют на ориентации и установки субъекта. Это влияние, главным образом, сказывается в вопросах оценки собственной успешности в экономическом отношении и некоторых политических предпочтений.

Таблица № 7

	Не имеют дохода от предпринимательской деятельности	Имеют доход от предпринимательской деятельности наряду с другими трудовыми или иными доходами	Имеют предпринимательский доход в качестве основного и единственного
Относят себя к предпринимателям	“Виртуальные” предприниматели	“Занятые” предприниматели	“Чистые” предприниматели
Относят себя к другим социальным категориям	Не предприниматели	Предприниматели “по совместительству”	“Латентные” предприниматели

“Собственно предприниматели, – пишет Безгодов, – составляют самую обособленную из крупных профессионально-статусных групп. Их общественно-политические предпочтения и поведенческие установки в большинстве случаев значительно отличаются от наиболее типичных для большинства населения Санкт-Петербурга. Такая обособленность позволяет,

основываясь на зафиксированных предпочтениях и ориентациях предпринимателей, сформулировать коллективную поведенческую стратегию данной социальной группы.

Данная стратегия базируется на принципах активного участия в социально-экономических и политических процессах и основана на идеологии экономического либерализма и политического правового центризма. Будучи группой, наиболее уверенной в эффективности собственных ресурсов, предприниматели с недоверием относятся к подавляющему большинству существующих политических лидеров, партий и группировок. В результате, сохраняя сравнительно высокий интерес к политике, предприниматели остаются одной из наиболее пассивных электоральных аудиторий. В экономическом отношении они представляют самую активную категорию населения, причем их активность носит целостный, многоплановый характер: они наиболее полно используют возможности дополнительной занятости и обладают высокой конкурентоспособностью на рынке труда, будучи категорией, наиболее компетентной в широком круге вопросов организации и осуществления хозяйственной деятельности.” (См. стр. 16-17 автореферата)

В ходе исследования Безгодовым была выявлена стратегия *общественно-политических предпочтений* петербургских предпринимателей, которая, по его мнению, складывается из следующих позиций: (1) из политики умеренного либерализма, опирающаяся на сохранение существующих правил активных экономических практик и направленная на постепенное освобождение этих практик; (2) из неприятия радикализма, как левого, так и правого, причем сравнительно большая толерантность к отдельным радикальным позициям в правой части политического спектра; (3) из общей неудовлетворенности политической элитой, позволяющей выражать лишь весьма сдержанную поддержку наиболее предпочтительным политикам. При этом выбор такого политика не носит чисто идеологического характера, и первостепенную значимость вместо идеологии, исповедуемой политиком и его политической программы приобретает его персональный имидж.

“Предпринимательство, прежде всего малое и среднее (числено составляющее сегодня большинство этой социально-профессиональной группы) не имеет сегодня адекватного представительства в российской политической элите.— полагает Безгодов.— Не чувствуя, что их специфические социальные и экономические интересы представлены на политической арене должным образом, предприниматели демонстрируют электоральную пассивность и сравнительно низкое доверие к политическим лидерам. Вместе с тем, они не склонны поддерживать тех лидеров, которые апеллируют к поддержке со стороны “среднего слоя”, но сами не обладают достаточно респектабельной репутацией. Отметим, что при этом готовность к активному политическому протесту среди предпринимателей – самая высокая среди всех социальных категорий. Столь же высока их готовность прибегнуть к насильственным действиям для защиты своих интересов и прав. В то же время

петербургские предприниматели демонстрируют высокий уровень толерантности на фоне выраженного радикализма и экстремизма многих других социально-профессиональных и статусных категорий. Что касается персональных предпочтений, то петербургские предприниматели преимущественно ориентированы на поддержку тех политических лидеров, которые сами демонстрируют предпринимательский стиль жизни и публичной активности.” (См. стр. 17-18 автореферата)

* * *

Роли бизнеса в формировании региональной и федеральной власти посвящена диссертационная работа И.Г.Горького.

В ней автор, в частности, отмечает, что политическая роль предпринимательских слоев наиболее отчетливо проявляется в становлении и функционировании региональной и федеральной власти. Функция власти и функция собственности сливаются в реализации основополагающих целей бизнес-групп. В условиях социального кризиса и переходного состояния общества эти функции переплетаются своеобразным образом. При неустойчивости экономических структур, слабой эффективности хозяйственной деятельности политические факторы выступают дополнительным основанием и механизмом в обеспечении социальных притязаний и целей предпринимательского класса. Вместе с тем, в современных экономических условиях материальное положение этой группы определяет ее лидирующие функции в политике.

По мнению диссертанта, “на политической самоорганизации регионального бизнес-слоя в основном сказываются три базовых условия: а) особенности экономического процесса, отношений собственности в легальном и теневом секторах производства, распределения и обмена; б) характер институциональной трансформации регионального политического пространства, тенденции и закономерности становления местной власти и общественного самоуправления; в) социальная база партийной номенклатуры, современного правящего политического класса, криминальных элементов.” Что касается бизнес-класса, то он, как считает Горький, органически интегрирован одновременно в региональную клановую и элитную структуру. Основой его политических функций является сращивание с плановой экономикой и системой закрытого элитного управления, что стимулирует теневую экономику и жесткую организацию политической власти на местах.

В результате своего исследования диссертант пришел к следующим выводам:

1. Бизнес-группа в основном стимулирует в политической жизни регионов авторитарные тенденции, поскольку не связана в экономике со свободным предпринимательством и конкуренцией, в политике опирается в основном на клановую структуру и группы давления. Данная группа в современных своих качествах сориентирована в основном на жесткую зависимость экономики от политики, а политики – от ее теневых, неформальных структур.

2. Для региональной бизнес-группы различные элементы и уровни провинциального политического пространства имеют различное значение. Местная партийная система и общественное самоуправление, на которых базируется гражданское общество, не представляют для нее приоритетного значения. Особую ценность представляет губернаторская власть, контролирующая реально все ветви власти и реализующая в концентрированном виде приоритет политики над экономикой.

3. В силу неразвитости норм и механизмов политической жизни в регионах, неструктурированности регионального политического пространства, местная бизнес-группа пытается играть и функционировать во всех политических структурах и институтах, что характеризуется как *моносубъектность политики и недифференцированность политической роли группы*.

4. Региональная политика в современном своем состоянии реализует в основном не консенсусные механизмы самоорганизации общества, а является объектом и элементом предпринимательства, отношений “присвоения-отчуждения”. Присвоение всей полноты власти осуществляется правящим слоем, частью которого является бизнес-класс. Отчуждается же от власти, политики, управления общество в целом. Бизнес-группа является элементом моносубъектности регионального политического пространства, социальным носителем и субъектом отношений присвоения всей полноты власти монополистом и отчуждения от нее остальной массы населения.

Во второй главе – “Основные тенденции и закономерности взаимодействия регионального бизнеса и современной российской власти” – диссертантом анализируются особенности политического поведения бизнес-класса в структуре власти на ее федеральном и региональном уровнях.

В первом параграфе – “Местная власть в системе политических ценностей бизнес-группы” – характеризуется система отношений предпринимательского слоя и региональной власти, реализация политических функций этого слоя в основном в местной представительной власти. В этой связи диссертантом выделяются три основных типа региональной политической власти: *либеральный, консервативно-коммунистический и смешанный* и в зависимости от них рассматривается политическое поведение бизнес-слоя.

Для *либеральной* модели, по мнению Горького, характерны:

1. Высокая степень политической самоорганизации бизнес-слоя при развитом его экономическом могуществе и влиянии на местную и федеральную власть.

2. Наличие эффективных групп давления в местных и федеральных органах власти, выражающих интересы местной бизнес-элиты.

3. Наличие крупных финансовых ресурсов и экономических возможностей для обеспечения широкого социального маневрирования и идеологического влияния власти на местное население.

4. Сравнительно высокий уровень жизни населения, ассоциируемый с политикой местной власти и федерального руководства.

5. Слабость протестного и вообще оппозиционного движения, профессиональных организаций, конформизм региональной интеллигенции.

Другая модель – *консервативно-коммунистическая* – воплощает в своих качествах прямо противоположные тенденции. Ее особенности:

1. Низкая степень политической самоорганизации и социальной мобилизации местного бизнес-слоя, его связь в основном с сельскохозяйственным производством и торговлей сельхозпродукцией.

2. Отсутствие развитых вертикальных связей местного бизнес-слоя с федеральными органами власти и бизнесом федерального уровня.

3. Отсутствие социальных и финансовых ресурсов для поддержки местной и федеральной власти.

4. Низкий уровень жизни населения, его основная ориентация на равенство в распределении.

5. Высокая организация протестного и оппозиционного движения в основном леворадикального направления.

Следующая модель – *смешанная* – балансирует между двумя упомянутыми крайними моделями, которые в общем-то не являются органичными и естественными для нормально развивающегося общества, поскольку воплощают противоположно направленные тенденции а антагонистичны по отношению друг к другу. Они явно не вписываются в контекст формирования рыночных отношений и политической демократии.

* * *

Анализ диссертационных работ, посвященных региональной тематике, позволяет сделать несколько важных выводов:

1. В последние несколько лет политическая наука развивается не только в крупных научных центрах России, но и начала развиваться в регионах России. Это важно не только для науки, но и для политической практики. Тем более, что научными исследованиями на профессиональном уровне все чаще занимаются кадры государственных служащих.

2. В некоторых региональных центрах и крупных городах, в частности, в Ростове-на-Дону и Саратове сформировалась не только вся необходимая инфраструктура для подготовки профессиональных политологов (специализированные факультеты, аспирантуры, докторантуры, диссертационные советы и пр.), но и начали формироваться

научные школы. Одна из них – в Ростове-на-Дону – разрабатывает проблематику, относящуюся к этноэлитологии – новому направлению не только в политической науке России, но и за ее пределами. Вторая школа – в г.Саратове основательно занимается проблематикой политического регионоведения.

3. Как видно из таблиц, приведенных в настоящем обзоре, тематика диссертаций по региональным проблемам весьма разнообразна. В орбиту научных интересов наших диссертантов входит почти весь спектр политологических тем.

4. Тема предпринимательства и бизнеса на уровне регионов, одна из наиболее привлекательных тем российских исследователей. Пока на эту тему написано не так много диссертаций и в основном обобщающего характера. Но есть основания надеяться, что по мере развития политической науки в регионах, эта тема будет освещена более основательно.