

БИЗНЕС И ВЛАСТЬ

ФАКТОРЫ УСПЕШНОСТИ ЛОББИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ДЕПУТАТОВ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ДУМЫ РФ В ПЕРИОД С 2003 ПО 2016 ГОДЫ

Кудряшова А.В.²

Данная работа нацелена на выявление факторов успешности лоббистской деятельности депутатов Государственной Думы РФ. Анализируется такой фактор, как место депутата во внутренней структуре парламента. Проводится анализ существующих подходов к оценке успешности деятельности лоббистов и делается вывод о наличии большого набора ограничений подобных исследований. Делается обзор литературы на тему успешности лоббистской деятельности в законодательных органах США, Европейского Союза и Скандинавских стран. Анализируются существующие исследования на тему лоббизма в России, и на основе данного анализа выделяются возможные факторы успешности деятельности лоббистов. Проводится количественный анализ успешности депутатов-лоббистов в Государственной Думе РФ в период с четвертого по шестой созыв по пяти сферам – аграрной, топливно-энергетической, бизнесе, финансовой и торговой. Выделяются такие факторы успешности, как членство депутата во фракции партии власти, количество депутатов - инициаторов законопроектов, членство депутата в ответственном и профильном комитетах по рассматриваемым законодательным инициативам. Делается вывод, что фактор времени внесения законопроекта не оказывает влияние на успех лоббистской деятельности как депутатов фракции «Единая Россия», так и не входящих в нее депутатов.

Ключевые слова:

Лоббизм, факторы успешности, группы интересов, Государственная Дума РФ, политический режим.

² Кудряшова Алина Владиславовна – студентка 1 курса магистратуры НИУ ВШЭ (СПб), ОП «Медиапроизводство и медиааналитика».. avkudryashova_2@edu.hse.ru

Введение

Рост исследований парламентского лоббизма начался только в последние десятилетия после ряда выводов об упадке значимости корпоративизма и растущей значимости парламента. Тем не менее, настоящие исследования парламентского лоббизма главным образом направлены на изучение феномена в условиях европейских, в том числе, и скандинавских стран [33, 199]. Данный факт может быть связан с уже ранее изученными особенностями лоббирования, которые различаются в зависимости от условий политической системы страны [5]. Более открытый характер лоббизма, характерный для демократий, дает больше возможностей для анализа его функционирования в странах ЕС и Скандинавии. Основной же фокус изучения лоббирования в законодательных органах власти нацелен на исследования в условиях США, что может быть обосновано активной деятельностью лоббистов в конгрессе, которая поддается подробному и полному изучению [10, 644].

Исследования лоббизма в странах с другими политическими системами встречаются сравнительно реже. Главным образом они сосредоточены на общих стратегиях лоббистов и их воздействии на политическую повестку страны. Контекст же законодательной ветви власти можно отнести к числу малоизученной тематике. В то же время, подобный анализ может расширить понимание влияния политического режима на функционирование лоббизма в стране, а также особенностей парламентского лобби.

Россия и Государственная Дума РФ представляют собой возможность подобного исследования. Во-первых, присущий России режим определяет ряд особенностей функционирования лоббизма, которые отличаются от более полно изученных характеристик

лоббирования в демократических условиях [5]. Во-вторых, законодательный орган страны является важным направлением исследования деятельности лоббистов в России, так как крупные фирмы и предприятия зачастую прибегают к воздействию именно на Госдуму РФ, ее представителей или же бывших депутатов с целью изменения законодательства в их интересах [36, 1043]. Более того, ввиду преобладающей направленности на продвижение частных интересов над общественными, нередко сами представители власти и политических партий выступают в роли активных лоббистов [2, 114]. Депутаты Госдумы РФ в качестве лоббистов способны продвигать интересы отдельных слоев населения с помощью внесения законодательных инициатив, поправок в существующее законодательство и влияния на исход голосований.

Успех лоббирования, нацеленного на представителей законодательной власти, напрямую зависит от успешности деятельности депутатов, занимающих роль проводников интересов. Общим определением успешности можно назвать сравнение «что искали и что получили», то есть сопоставление целей и результатов [31, 37]. В данном контексте таким сопоставлением может являться намерение депутата провести законодательную инициативу и то, насколько удалось достичь поставленной задачи. Учитывая важность политической среды страны, которая влияет на характер лоббирования, встает вопрос о том, что определяет успешность деятельности депутатов – проводников интересов, от чего она зависит и как сопрягается с внешними факторами?

Несмотря на очевидную значимость вопроса степени влияния лоббизма, исследований по оценке его успешности сравнительно мало, так как изучение данной темы затруднено сложностями в количественной оценке, отсутствием законодательного закрепления лоббизма и,

в силу этого, закрытым характером самого лоббирования [31, 35]. Фокус существующей литературы в основном направлен на анализ того, как меняется эффективность лоббизма в зависимости от различных условий - типа лоббируемого проекта, характеристик выбранных методов, существующих условий политической среды [4]. Данная работа нацелена на определение факторов успешности отдельных лоббистов в парламенте России в условиях крепнущего электорального авторитаризма. Исследования индивидуального уровня поведения акторов могут внести вклад в исследовательскую повестку парламентского лобби, а также в разработку успешных моделей лоббирования в зависимости от условий политической среды.

Таким образом, данная работа нацелена на выявление факторов, которые влияют на успешность деятельности депутатов Государственной Думы РФ в качестве проводников интересов различных групп общества, а также прослеживание возможной динамики их изменения на протяжении исследуемого периода. **Исследовательский вопрос** настоящего исследования может быть сформулирован следующим образом: как различные характеристики депутатов-лоббистов влияют на успешность внесения законодательных инициатив в Госдуме РФ.

Важно отметить, что акцент на место депутата во внутренней структуре парламента обоснован доступностью данных, а также недостаточным рассмотрением влияния данного фактора на успешность деятельности лоббистов в рамках стран с разными политическими системами, что может быть полезно для проведения будущих исследований.

Определение успешности лоббизма и трудности ее измерения

Несмотря на то, что вопрос о степени и характере влияния групп интересов

является одним из основополагающих, когда речь идет о лоббизме, он является нечастым предметом исследования ученых. Это, прежде всего, связано со сложностями в эмпирической оценке, так как «даже зная заявленные цели и политические результаты групп, мы все равно можем не иметь достаточно информации», например, что они смогли избежать (даже если не достигли целей), или можно ли считать частичное выполнение задач успехом [31, 35-37]. Андреас Дюр также отмечал следующие трудности в оценке влияния лоббистов: существования большого количества каналов воздействия (один метод не может оценить влияние, оказываемое из всех возможных каналов); появление такого явления как «противодействующее лоббирование» (*counteractive lobbying*), которое нацелено не на достижение своих целей, а на препятствие достижению целей других групп; возможность осуществления влияния на различных этапах политического процесса (оценка может показать, что лоббисты неэффективны на этапе постановки повестки дня, но иметь большое влияние на более поздних этапах) [20, 2-4]. Невозможность преодоления всех выделенных трудностей в рамках одного исследования указывает, во-первых, на важность принятия к сведению перечисленных ограничений, и, во-вторых, на большое значение проведения любых исследований в данной области, основанных на изучении отдельных методов влияния, которые бы смогли расширить понимание успешности лоббистской деятельности.

Исследования степени успешности лоббизма тесно связаны с таким концептом как власть. Основной трудностью в подобных оценках является невозможность совместить в одном анализе все «лица власти» (*faces of power*) или ее типы: концепт Даля о способности принимать политические решения в пользу актора (*decision-making*), способность исключать вопросы из политической повестки Бахраха и Бараца (*non-decision-making*), что

также относится к упомянутому ранее феномену противодействующего лобби, и скрытый тип Люкса, который подразумевает влияние на политическую повестку непрямыми путями воздействия (*mobilization of bias*) [9, 13-14]. Дюр и Бьевр писали, что в одном исследовании нельзя проследить все аспекты власти (что особенно справедливо по отношению к третьему типу, когда акторы могут даже сами не знать, что оказывают влияние), поэтому власть групп интересов как таковую измерить не представляется возможным, но «ее эмпирически наблюдаемые эффекты в реальной государственной политике» можно рассматривать в таких категориях, как властные и не властные группы. Властными (то есть, успешными) могут считаться те группы интересов, которые способны воздействовать на результат так, что он будет максимально приближен к их целям [21, 2-3]. Другими словами, успешность групп интересов может быть рассмотрена как способность влиять на политический процесс в направлении своих собственных интересов. Еще Роберт Даль отмечал, что «конечно, мы не всегда можем делать наблюдения, необходимые для измерения власти ..., но эта концепция дает нам стандарт, с которым мы можем сравнить операционализационные альтернативы» [17, 214]. Именно поэтому рассмотрение деятельности групп интересов в рамках власти делает важный вклад в исследования успешности лоббизма, так как даже некачественные измерения позволяют выявить недостатки анализа, что может приблизить к разработке альтернативных и более успешных моделей.

Также рассмотрение успешности лоббизма тесно связано с концептом влияния. Оценивая влияние групп интересов, Дюр и Бьевр предлагают определять его как «контроль над политическими результатами» [21, 3]. Иными словами, степень влияния также определяет, насколько лоббист способен продвигать требования группы интересов

для получения наибольшей выгоды. Главный барьер в подобных исследованиях заключается в том, что лоббисты могут использовать многочисленные пути влияния (доступ к представителям власти (*access*); выбор лиц, принимающих решение, с помощью продвижения нужных им кандидатов (*selection*); мобилизация общественности (*voice channel*); структурное принуждение с помощью инвестирования в определенных политиков (*structural power*)) [19, 13-15]. Если исследование не будет включать в себя хоть один из этих путей, то представление о степени влияния будет некорректным. Тем не менее, авторы отмечают, что оценка успешности деятельности групп интересов через концепт влияния может показывать значимые выводы в тех случаях, когда «указаны ограничения результатов, полученных в исследованиях, которые рассматривают только один или несколько из этих путей» [19, 16].

Анализируя способы измерения успешности деятельности групп интересов, Бернхаген, Дюр и Маршалл выделили два вида подобного анализа с точки зрения выбора источника данных. Так, субъективными измерениями они назвали те исследования, которые основаны на «субъективных оценках политических субъектов» (то есть, исследования, которые полагаются на мнения самих политических акторов о степени своего влияния, а также экспертные оценки), а объективными – сопоставление предположительных результатов с реальными (что больше относится к измерениям, основанным на документах и официальных заявлениях) [12, 4]. На момент проведения исследования авторы смогли привести примеры качественных объективных и субъективных исследований, а также количественных субъективных, которые были реализованы в рамках демократических стран. Тогда как исследований, которые бы подходили под категорию количественных объективных, не было выявлено. Основной трудностью в

подобном анализе, по мнению авторов, является невозможность формулирования точного определения «величины успеха»: численно идентичные шкалы измерения не всегда могут точно отражать степень успешности лоббирования по разным вопросам [12, 8]. Поэтому, авторы предлагают пространственный подход (*spatial approach*) как наиболее эффективный способ оценки успешности деятельности лоббистов, который подразумевает анализ «разницы между предполагаемым идеальным исходом актора и реальным результатом» [12, 9]. Отличие от объективного подхода заключается в измерении степени данной разницы. То есть, исход не определяется в полярных рамках «да» и «нет», а измеряется уровень заявленной успешности, что приводит к более точной оценке деятельности лоббистов. Тем не менее, пространственный подход предполагает синтез качественного и количественного методов (данные для количественной оценки основаны на интервью с представителями групп интересов), что делает затруднительным использование подобного метода в контексте тех стран, где лоббизм часто носит теневой характер, и сами лоббисты не готовы открыто предоставлять информацию о своей деятельности. Анализируя существующие работы по оценке успешности лоббистов, Бернхаген, Дюр и Маршалл также отметили, что «разные подходы приводят к разным результатам» [12, 19]. Несмотря на то, что каждое из рассмотренных исследований демонстрируют качественные и обоснованные выводы, выбор метода имеет сильное влияние на то, к какому результату приходят ученые. Именно поэтому важно рассматривать успешность лоббирования с нескольких сторон, используя различные методы, что может привести к более полной картине.

Учитывая все вышеизложенные трудности в оценке степени влияния лоббистов, исследования по успешности их деятельности рассматриваются чаще всего

в контексте игры с нулевой суммой (*zero-sum game*): лоббисты либо абсолютно побеждают, либо абсолютно проигрывают [31, 37]. Несмотря на то, что в реальности возможность выигрыша (или проигрыша) есть у нескольких акторов одновременно (или лоббисты могут добиться только части поставленных целей, оставляя место для такой же частичной победы другим группам), оценить успешность в контексте возможного компромисса обычно не представляется возможным. Тем не менее, упрощенная модель оценки успешности – сравнение поставленных целей и полученных результатов – позволяет сделать свой вклад в развивающуюся повестку анализа степени влияния групп интересов [31].

Исходя из перечисленных особенностей изучения успешности лоббистской деятельности, важно отметить, что рассмотрение данной темы требует сужения исследования до определенного актора лоббирования, так как в зависимости от того, кто считается лоббистом (группа интересов, наемный лоббист, законодатель и т.д.), меняется понимание самой успешности. Так как оценка успеха лоббизма требует фокусирования, во-первых, на стратегии лоббистов и, во-вторых, на результатах их деятельности, в зависимости от рассматриваемого актора исследования стратегии и исходы будут отличаться. Рассмотрение темы успешности лоббирования в рамках одного конкретного типа актора может сократить ряд выделенных методологических барьеров и привести к более точным результатам.

Исследования успешности лоббизма в США, ЕС и скандинавских странах

Как уже отмечалось, существующие исследования на тему оценки успешности лоббирования в подавляющем большинстве фокусируются на материале демократических стран. Тем не менее,

страны с одинаковыми политическими режимами все же имеют ряд различий относительно структур политических институтов. В этом ключе важно отметить, что условия политической системы оказывают влияние на характеристики лоббистской деятельности и, соответственно, на факторы, определяющие ее успешность.

В литературе выделяются две основные стратегии лоббизма, используемых группами интересов для достижения своих целей. Это внутренняя стратегия (*inside*), которая направлена на прямые контакты с представителями власти, и внешняя (*outside*), подразумевающая действия, направленные на повышение осведомленности населения и мобилизации общественности [25, 569]. Одно из исследований успешности лоббирования показывает, что выбор внутренней стратегии повышает шансы на успех лоббистов в США и парламенте ЕС, так как использование внешней стратегии имеет ряд негативных последствий. Так, повышение общественного внимания может привести к активному вовлечению в процесс негативно настроенного населения, что усложняет продвижение интересов. Более того, выход на общественность одной группы интересов ведет за собой повышение публичной активности их оппонентов, что также снижает вероятность успеха [31, 51]. Также, фокусируясь именно на внутренней стратегии лоббирования, Грассе и Хейдбредер выявили, что успех деятельности лоббистов в США возрастает с увеличением числа групп интересов, которые лоббируют вопрос, а также количества времени, которое они на это тратят [24, 583].

Тем не менее, результаты анализа успешности выбранной стратегии показывают довольно противоречивые результаты на материале США. Оценивая заметность лоббируемой повестки, Махони приходит к выводу, что ее

повышение приводит и к повышению вероятности успеха лоббистов в Конгрессе, но «процент лоббистов, полностью достигших своей цели, уменьшается по мере увеличения заметности повестки» [31, 53]. Лоббирование же в европейском парламенте менее успешно, если группы прибегают к повышению общественной осведомленности – то есть, заметность всегда негативно сказывается на вероятности законодательного успеха. Поэтому, лоббисты в условиях парламента ЕС чаще используют смешанную стратегию для достижения своих целей, когда тактика выхода в общественное пространство в большей степени направлена не на достижение успеха, а на информирование населения, оппонентов и своих сторонников о своей работе [31]. Вместе с тем, исследования на тему успешности выбора стратегий лоббистов в условиях парламента ЕС приходят к выводу, что данный выбор зачастую делается лоббистами неверно. Главным объяснением этого служит довольно сложная институциональная система парламента. Тем не менее, выбор верной стратегии и «эффективное использование структуры возможностей» является значительным фактором в определении успешности лоббистской деятельности [19, 9].

Другим фактором, влияющим на вероятность успешности лоббистской деятельности можно назвать масштаб вопроса: чем он шире, тем меньше вероятность добиться цели. Данный вывод справедлив как для конгресса США, так и для парламента ЕС [31, 48]. Другими словами, группы интересов чаще успешны в продвижении более специализированных вопросов, нежели чем обширных требований. Кроме того, лоббисты в обоих контекстах выступают более успешно в направлении поддержания статуса-кво, чем изменения существующего законодательства или продвижения новых законов [31, 52]. То есть, характеристики лоббируемого вопроса оказывают большое влияние на

вероятность успешности лоббистской деятельности.

Также, значительным фактором, определяющим успешность деятельности лоббистов, является и позиция представителя законодательного органа. Дюр заключил, что успех более вероятен, если лоббисты направляют свое влияние на тех законодателей европейского парламента, чья деятельность напрямую связана с содержанием продвигаемой ими повестки [19, 9]. Кроме того, чем больше законодателей разделяют интересы лоббистов, тем вероятнее законодательный успех [31, 54]. Данный вывод допустим и для контекста американского конгресса: исследования показывают, что группы интересов более успешно лоббируют свои требования через законодателей, которые входят в комитеты по вопросам их интересов. Более того, если представитель конгресса меняет направление своей работы (переходит в комитет по другому вопросу), лоббисты, у которых налажен контакт с этим представителем, также часто меняют сферу своей деятельности в соответствии с законодателем [13, 3903]. То есть, можно сделать вывод, что успех лоббиста зависит и от направления занятости лоббируемых законодателей, и также от наличия контактов как таковых.

В своей работе Махони также выявил, что на вероятность законодательного успеха лоббистов ни в условиях США, ни в условиях парламента ЕС не влияют факт объединения с другими группами интересов, а также найм профессиональных лоббистов [31, 55]. Но исследование Ходжнак по успешности деятельности групп интересов в США приходит к иному выводу: объединение в коалиции может повысить вероятность успеха лоббистов, но только тогда, когда группы объединяются по узконаправленному вопросу. Если же объединение происходит по повестке, где интересы разных групп лишь пересекаются в одном из направлений, то вероятность успеха будет снижаться. То

есть, образование коалиций может быть успешно, когда лоббисты полностью разделяют все аспекты лоббируемого вопроса. Более того, Ходжнак заключила, что объединение с сильной оппозицией также приводит к повышению вероятности успеха лоббистской деятельности [27].

Несмотря на то, что в литературе часто отмечается важность ресурсов как фактора, определяющего успех лоббирования, эмпирические исследования, которые доказывали бы данную зависимость, встречаются редко. Так как ресурсы включают в себя «деньги, легитимность, политическую поддержку, знания, опыт и информацию», измерение количества знаний или переданного опыта не представляется возможным [19, 2-5]. Также, Дюр отмечал, что более важным является не количество ресурсов, которыми обладает группа интересов, а умение группы предоставить эти ресурсы законодателям в нужное время и в нужном месте, [19, 4] что также трудно измерить.

Страны Скандинавии также изучаются учеными в контексте лоббистской деятельности, потому что «группы интересов традиционно играют большую и важную роль в подготовке политических решений» на территории этих стран [35, 476]. Двойная стратегия лоббирования рассматривается как наиболее успешная в Дании. Эта стратегия подразумевает сначала принятие участие группами интересов в административных консультациях по новому закону, а затем обращение в парламент и его комитеты [33, 206]. Так, Ким и Уприлайнен отмечали, что именно использование двойной стратегии позволило датским экологическим активистам достичь своих целей в продвижении идей развития ветроэнергетики в стране [29, 276]. Другое исследование также приходит к выводу, что на втором этапе влияния на парламент вероятность достичь успеха больше у тех групп интересов, которые более удачно показали себя на первом этапе. Те группы, которые не смогли достичь своих целей,

оказывая давление на административные органы, наоборот зачастую заканчивают свою деятельность на этом этапе, или же перенаправляют свое влияние на другие каналы (например, СМИ) [33, 220]. Представленную двойную стратегию можно отнести к описанной ранее внутренней стратегии.

Авторами также отмечается, что влияние лоббистов на административные органы в принципе выше в Дании и Норвегии. В Швеции же «существует организационный разрыв между правительственными министерствами и центральными правительственными учреждениями» – министерства Швеции не могут регулировать некоторые аспекты работы государственных учреждений [28, 314]. Поэтому, влияние на административные органы в этой стране не всегда очень эффективно, в отличие от Дании и Норвегии, где данные органы более независимы [28]. Также, парламентское лоббирование в Дании определяется как более успешное, в сравнении со Швецией и Норвегией, так как последние две страны имеют «более сильные правительства», что сокращает вероятность «консенсусных переключек» в этих странах [28, 314].

Другое исследование лоббизма в контексте Дании показало, что эффективность официальных консультаций с представителями законодательной ветви власти зависит от того, соотносится ли повестка с деятельностью группы интересов. То есть, если вопрос касается регулирования бизнеса, то бизнес-группы более успешны в продвижении своих инициатив, тогда как интересы в направлении законодательства государственного сектора или общего регулирования некоммерческие организации показывают себя более успешно в достижении своих целей [14]. Таким образом, на успех лоббистской деятельности влияет не только выбор стратегии, но и характеристики самой группы, которая ее лоббирует.

Анализируя внешнюю стратегию лоббирования, исследователями также отмечается, что в Норвегии более успешным является использование местных и региональных СМИ для продвижения интересов лоббистов, чем в Дании и Швеции, так как страна имеет «более сильные локализованные медиасистемы» [28, 314]. Другое исследование в контексте Дании также делает вывод, что общественные, или гражданские, группы интересов наиболее удачны в использовании внешней стратегии, чем бизнес-группы, а также менее успешны в вопросе влияния на политиков – внутренней стратегии. Кроме того, использование внешних стратегий наиболее успешно на этапе постановки повестки, чем на всех последующих [15, 96]. Данный факт также подтверждает, что характеристики группы интересов оказывают воздействие на успешность выбранного метода влияния.

Говоря о ресурсах, исследования лоббистской деятельности в Дании приходят к схожим выводам, что и исследования в контексте США и Европы. С одной стороны, «такие ресурсы как деньги, персонал, привилегированная позиция (контакты с политиками)» действительно способствуют более успешной деятельности лоббистов [33, 205]. Но все же авторы заключают, что денежные ресурсы как таковые не определяют, добьется ли группа успеха, а предоставляют ей возможности для получения других важных ресурсов (таких как налаживание связей с политиками). Тем не менее, именно более богатые группы проявляют себя наиболее активно [33, 216]. Также, в отличие от США и парламента ЕС, масштаб повестки рассматривается как положительный фактор успеха – то есть, чем шире вопрос, тем больше вероятность добиться своих целей у лоббистов Дании [33, 205]. Еще один ресурс – количество профессионального персонала в группе – также рассматривается как один из

факторов успеха лоббистской деятельности в Дании [15, 98].

Анализируя выявленные факторы, можно сделать несколько основных выводов. Во-первых, политическая система оказывает влияние на факторы успешности деятельности лоббистов, так как многие различия в рассматриваемых странах связаны именно с различиями их политических структур. Во-вторых, существующие исследования направлены на анализ факторов, которые связаны с характеристиками группы, лоббируемого проекта и использованной стратегии, тогда как внимание не уделяется характеристикам лоббируемых законодателей. В-третьих, факторы успеха очень взаимосвязаны, так как зачастую они способствуют достижению цели лоббистов только в комбинации друг с другом.

Особенности успешности лоббистской деятельности в России

Оценка успешности лоббистской деятельности в контексте России затруднена не только выявленными ограничениями в самом анализе успеха, но также и факторами институциональной среды страны. Несмотря на это, из существующих исследований можно выделить некоторые факторы, которые влияют на успех деятельности лоббистов в условиях России. Важно отметить, что перечисленные факторы будут выявлены, основываясь на исследованиях, не имевших подобную цель. Другими словами, они не всегда проверены эмпирически, а чаще базируются на теоретических материалах.

Исследование Фрая является наиболее соответствующим контексту данной работы. В своем анализе автор, основываясь на интервью с представителями лоббизма в России, выявил, что успешность их деятельности на региональном уровне зависит от вида собственности фирмы – государственные компании более успешны, чем частные -

тогда как данный фактор не влияет на эффективность лоббирования на федеральном и муниципальном уровнях. Говоря о методах лоббирования, Фрай выделил личные консультации с представителями законодательной власти как наиболее успешный формат [23, 1018]. Также, результаты исследования показали, что «большинство успешных лоббистов используют бизнес-ассоциации для получения благоприятного отношения к своей фирме» [23, 1031], что может быть отнесено к такому фактору успешности, как вступление в коалиции. Таким образом, такие ранее выявленные факторы успеха, как характеристики самой группы интересов (тип собственности и коалиции), а также стратегия лоббирования (внутренняя стратегия) справедливы и для российского контекста. Тем не менее, данные факторы могли потерять свою актуальность в настоящее время, так как интервью, на которых основывалось исследование, были проведены в 2000 г. С того времени политическая система России претерпела ряд изменений, которые повлияли и на характер лоббирования в стране [4].

Факторы спроса в условиях лоббирования в Госдуме РФ сильно отличаются от выявленных ранее в других странах. Денисов в своем анализе о необходимости регулирования лоббистской деятельности в России выявил открытый коррупционный характер деятельности групп интересов. Так, автор отмечал, что депутаты второго и третьего созывов Думы «обменивали свой статус и власть на наличные деньги и другие выгоды от бизнеса» [18, 10]. Получение взяток было характерно в таких направлениях, как получение официального запроса депутата (если депутат делает официальный запрос в государственные органы, он должен быть рассмотрен в приоритетном порядке), использование кабинета члена парламента в качестве офиса своей организации (кабинеты депутатов защищены иммунитетом «и не могут быть обысканы

полицейскими следователями»), а также во время принятия плана государственного бюджета [18, 10]. Кроме того, согласно анонимным источникам из числа депутатов Госдумы РФ, существовал даже прецедент цен на определенные услуги депутатов для лоббистов: телефонный разговор, голос за продвигаемую инициативу, официальный запрос или же подача законодательной инициативы в интересах лоббиста. Автор также отметил, что в последующих созывах ситуация не изменилась, не считая того, что «наличные деньги за запросы или голоса, казалось, исчезли» [18, 11]. Подобные результаты подтверждаются и другими исследованиями, которые отмечали коррупционную направленность взаимоотношений между бизнесом и властью в России [26, 674].

Тем не менее, другое исследование деятельности групп интересов в России показало, что успешные ветеранские организации используют свои электоральные ресурсы в качестве меры давления на политиков. Авторы рассматривают данный факт в качестве одной из стратегий лоббирования, когда лидеры группы «поощряют своих членов политически поддерживать и предпочтительно голосовать за определенных политических лидеров и партии, которые могут предоставить им ресурсы» [30, 158]. В контексте же данной работы фактор снижения неопределенности предстоящих выборов для политиков может быть рассмотрен скорее как фактор спроса, нежели стратегии. В рамках стратегии поддержка представителей власти, которые оказывают содействие в продвижении интересов групп, может быть отнесена к смешанному формату, так как лоббисты используют для этого как личные контакты, так и публичные заявления о своих электоральных предпочтениях [30, 159].

Говоря о стратегии, также можно отметить внутреннюю как более успешную (по крайней мере, на региональном и

муниципальном уровнях). Так, то же исследование деятельности ветеранских организаций выявило, что их успешное лоббирование построено на крепких связях с представителями местного законодательства. Более того, важным фактором является наличие контактов с политиками «на соответствующих руководящих должностях» [30, 156]. То есть, наличие депутата-союзника в комитете по защите прав ветеранов сильно увеличивает вероятность успешного продвижения интересов группы [30, 156-157]. Другими словами, фактором успеха можно назвать ранее выделенное соответствие сферы деятельности законодателя интересам лоббистов. Также, более раннее исследование лоббистской деятельности бизнес-групп в России отмечает, что наиболее успешно продвигающим свои интересы на государственном уровне компаниям удавалось это сделать именно благодаря личным связям с представителями власти [34, 128].

Другой особенностью эффективного лоббизма авторы называют вхождение в состав группы интересов действующих или бывших представителей власти. Опыт и / или политические ресурсы таких членов играют большую роль в успешном продвижении интересов группы [30, 157]. Также, в литературе рассматривается данная особенность и с другой перспективы - личности самого депутата, лоббирующего проект. Анализируя деятельность представителей Госдумы РФ по продвижению интересов различных групп давления, Чейсти заключил, что успешное продвижение интересов зависит от наличия связи депутата со сферой деятельности группы. Например, депутаты, которые в прошлом имели «образовательный или профессиональный опыт», связанный с интересами лоббируемой ими группы, или же имеют данную связь на настоящий момент, более успешны в продвижении их законодательных инициатив [61, 732]. Так, депутаты, которые голосовали за

законопроекты, защищающие интересы финансового сектора, и активно участвовали в дебатах по этим вопросам, сами являлись главами различных банков и страховых компаний [16, 730]. Иными словами, депутаты выступают одновременно и как носители интересов, и как их проводники. Данный факт может быть отнесен к такому фактору, как характеристики группы интересов, а именно особенности членского состава, что является отличительной чертой этой группы факторов.

Говоря о вступлении в коалиции, можно отметить, что данный фактор не является актуальным для российского лобби. Анализ деятельности отраслевых организаций показывает, что компании в России не склонны лоббировать свои интересы, организуя группы, особенно при условии доминирования крупных фирм в секторе. Даже если различные организации объединяются в ассоциации, лоббистская деятельность чаще происходит со стороны каждой конкретной компании отдельно [22, 2]. То есть, данный фактор характеристики групп интересов не оказывает влияние на вероятность успешности лоббистской деятельности в условиях России, несмотря на то, что, как было упомянуто ранее, исследование Фрая рассматривало данный фактор как значимый.

Факторы успешности лоббистской деятельности депутатов Госдумы РФ

Гипотезы, данные и методы

Как отмечалось в предыдущих главах, в исследованиях по оценке успешности деятельности лоббистов необходимо точно определять, какой актор будет рассматриваться в качестве лоббиста. В данной работе под лоббистами понимаются депутаты Государственной Думы РФ, которые участвуют в законодательной деятельности по вопросам, связанным с интересами групп давления. Соответственно, исследуемые

законодательные инициативы – это законопроекты, которые касаются защиты интересов групп давления. Успешная лоббистская деятельность рассматривается как принятие лоббируемой депутатами законодательной инициативы Госдумой РФ. Так как анализ литературы показал, что на успешность лоббистов влияют условия политической системы, выделенные гипотезы основываются на особенностях функционирования политической среды России.

Ранее было выявлено, что «правило большинства», по которому принимаются решения в законодательных органах власти, должно направлять интерес лоббистов именно на наиболее влиятельных законодателей в парламенте [4, 8-9]. Рассматривая депутатов в качестве лоббистов, можно предположить, что успешнее будут именно те законодатели, которые входят в состав влиятельных групп. Любимов отмечал депутатские фракции в качестве примера подобных объединений: депутаты, которые входили в состав фракции партии большинства – Единая Россия – «фактически получили монопольное право» принятия решений от имени всей Государственной Думы уже к четвертому созыву [6, 29]. Имея «особые возможности лоббирования интересов», депутаты, входящие в состав самой крупной политической фракции Госдумы, могли иметь возможность более успешно продвигать интересы групп давления, влияя на решения о голосовании своих союзников [6, 29-30]. Следовательно, первая гипотеза может быть сформулирована следующим образом: *членство во фракции «Единая Россия» положительно сказывается на успешности внесения законодательных инициатив депутатов-лоббистов.*

Анализ литературы показал, что одним из факторов успешности лоббистской деятельности в США и Парламента ЕС является соответствие комитета, членом которого является законодатель, ответственному комитету за лоббируемый законопроект. В условиях

Государственной Думы РФ данный вывод также может быть справедлив, так как назначение головного комитета представляет собой важную ступень, «за которую борются и внешние, и думские лоббисты», потому что отклонение законодательной инициативы этим комитетом практически лишает законопроект шанса быть принятым [6, 28]. Порядок чтения законопроектов в условиях Государственной Думы РФ предусматривает назначение двух комитетов – профильного и ответственного. Сначала законодательная инициатива направляется в профильный комитет, который выносит свое заключение касательно соответствия предложенного законопроекта установленным правилам [1]. Во время сбора данных было отмечено, что негативное решение профильного комитета по вопросу допуска законодательной инициативы к первому чтению в 100% случаях приводит к отзыву законопроекта депутатами. Можно заключить, что прохождение профильного комитета действительно имеет решающее значение для успешности продвижения законодательной инициативы. Можно предположить, что депутаты-лоббисты, которые входят в профильный комитет, имеют больше шансов на успех. Для количественной проверки данного вывода была поставлена следующая гипотеза: *соответствие комитета, членом которого является депутат-лоббист, профильному комитету повышает вероятность законодательного успеха.*

Ответственный комитет назначается в первом чтении и также выносит свое решение: либо предлагает рассмотреть законопроект дальше (с возможными правками), либо предлагает отклонить его. Также как и с профильными комитетами, все законопроекты, которые были предложены к отклонению ответственными комитетами в любом из чтений, снимались субъектами права законодательной инициативы. Из данного вывода может быть сформулирована

гипотеза, которая также базируется на членстве депутата-лоббиста в комитете: *соответствие комитета, членом которого является депутат-лоббист, ответственному комитету повышает вероятность законодательного успеха.*

Одним из выделенных в литературе факторов успешности лоббистской деятельности является вступление в коалиции. Несмотря на то, что в условиях России данный фактор чаще всего рассматривается как незначимый (ввиду склонности групп интересов лоббировать по-отдельности), для депутатского лобби скорее будет справедлива обратная ситуация. Способность депутата привлечь на свою сторону большое число сторонников должно положительно сказываться на вероятности законодательного успеха ввиду существования «правила большинства», с помощью которого принимаются решения в парламенте [11, 920]. Для проверки этого вывода была сформулирована следующая гипотеза: *успешность продвижения законодательных инициатив депутатов-лоббистов повышается с увеличением числа инициаторов законопроекта.*

Одним из выделенных «факторов спроса» успеха лоббистской деятельности было отмечено снижение неопределенности перед предстоящими выборами – группы интересов могут оказывать как финансовую, так и агитационную помощь законодателям в вопросах переизбрания. Так как члены партии власти имеют высокий уровень уверенности в возможных исходах своей политической деятельности [32, 932], они не должны сильно зависеть от поддержки групп интересов. Продолжение же политической карьеры членов фракций других партий в той или иной степени все же зависит от исходов голосования. Таким образом, можно предположить, что депутаты-лоббисты, не входящие во фракцию партии власти, могут быть заинтересованы в сотрудничестве с группами интересов в преддверии новых

выборов, так как от успешности подобного сотрудничества может зависеть их политическая карьера. Чтобы проверить верность данного предположения, была сформулирована следующая гипотеза: *депутаты-лоббисты, не входящие в состав фракции партии большинства, более успешно продвигают законодательные инициативы во время предстоящих выборов.*

Законопроекты в базу данных, которая использовалась для проверки поставленных гипотез, отбирались по пяти сферам, которые были выделены в литературе по лоббистской деятельности в России как традиционно наиболее активные: бизнес, аграрная, топливно-энергетическая, финансовая и торговая [6, 25-27]. Для этого все законопроекты, которые были внесены в четвертом, пятом и шестом созывах Госдумы (с 29 декабря 2003 года по 5 октября 2016 года), были рассмотрены для исключения законопроектов, не попадающих под вопрос лоббирования, а также законопроектов, которые были внесены региональными властями, членами Совета Федерации и Правительством РФ. Так как фокус данной работы направлен на изучение депутатского лобби, отбирались только те инициативы, которые продвигались депутатами Государственной Думы. Для определения соответствия содержания законодательной инициативы предмету внимания данной работы просматривались тексты внесенных законопроектов, а также пояснительные записки к ним. Если внесенный законопроект предусматривал защиту интересов какой-либо из выделенных групп, он добавлялся в базу данных. Вся информация по законодательным инициативам предоставляется сайтом «Система обеспечения законодательной деятельности» [8].

Данные по законодательным инициативам включают в себя следующие переменные: дата внесения законопроекта; номер созыва Госдумы РФ; имена

депутатов, вносивших законопроект; название законопроекта; сфера интересов, которую защищает законодательная инициатива (бизнес, торговая, финансовая, аграрная и топливно-энергетическая); название профильного комитета; название ответственного комитета; успешность (где 0 – законодательная инициатива была не принята Государственной Думой, 1 – законопроект был принят Госдумой); статус законопроекта (отклонен ли он профильным комитетом, отклонен ли ответственным комитетом, отклонен Госдумой в каком-либо из чтений, отклонен Президентом РФ, снят с рассмотрения по инициативе самого субъекта права законодательной инициативы, возвращен субъекту законодательной инициативы для выполнения требований Конституции РФ или Регламента Госдумы, возвращен в связи с принятием аналогичного законопроекта или по причине внесения изменений в утративший силу закон, перенесен на другое заседание, был опубликован). Несмотря на то, что заключение профильного и ответственного комитетов носят консультативный характер и не обязательно должны приводить к окончательному отклонению рассмотрения вносимого законопроекта [3], во всех случаях, когда комитеты предлагали отклонить законопроект, он снимался субъектами права законодательной инициативы. По этой причине в статусе отражены отрицательные решения комитетов, несмотря на официальный статус «снять законопроект с рассмотрения Государственной Думы в связи с отзывом субъектом права законодательной инициативы». В общей сложности были собраны данные по 667 законодательным инициативам. Также были собраны данные по депутатам, вносившим законопроекты. Данные включают в себя имя депутата; его партийную принадлежность; название комитета, членом которого он является; должность в

комитете по всем исследуемым созывам. Данные предоставляются официальным сайтом Государственной Думы РФ [7]. В общей сложности было собрано 812 переменных.

Зависимой переменной в данном анализе является дихотомическая переменная «успешность», которая сгруппирована в две категории: законопроект принят Госдумой РФ («1») и законопроект отклонен Государственной Думой («0»). Влияние выделенных в гипотезах независимых переменных на законодательный успех было измерено с помощью моделей логистической регрессии, так как зависимая переменная носит дискретный характер.

Результаты эмпирического исследования

Так как первым этапом, который определяет, будет ли законодательная инициатива рассмотрена Государственной

Думой в принципе, является ее рассмотрение профильным комитетом, была построена модель логистической регрессии, рассматривающая зависимость успешности прохождения законопроекта депутата-лоббиста от соответствия его комитета профильному. Была образована дихотомическая переменная «соответствие профильному комитету», где значение «1» присваивалось законопроектам, в профильный комитет по которым входил хотя бы один из продвигающих его депутатов, а «0», если ни один из депутатов-лоббистов не являлся членом профильного комитета. Результаты логистической регрессии, рассматривающей зависимость успешности прохождения законопроекта от данного фактора, можно видеть в Таблице 1. По результатам данной модели можно сделать вывод, что членство депутата-лоббиста в профильном комитете действительно повышает вероятность успешного прохождения законодательной инициативы в Госдуме РФ.

Таблица 1. Факторы успешности лоббистской деятельности депутатов Госдумы РФ по продвижению законодательных инициатив. Модель 1.

	Зависимая переменная:
	Успешность
Соответствие комитета депутата профильному комитету	1.820*** (0.194)
Constant	-1.792*** (0.163)
Observations	667
Log Likelihood	-375.121
Akaike Inf. Crit.	754.242
Pseudo-R ² (McFadden)	0.12
Note:	*p**p***p<0.01

Источник: вычисления автора.

Тем не менее, данная модель показывает невысокое значение псевдо-R² Макфаддена, что может свидетельствовать о других факторах, влияющих на результат зависимой переменной. Для того, чтобы проверить, сохраняет ли данный фактор

свою значимость при условии учета других независимых переменных, была построена еще одна модель, которая включает в себя такие переменные, как членство во фракции «Единая Россия» (где «1» - более половины депутатов, продвигающих законопроект, являются членами фракции «Единая Россия», «0» - большинство

депутатов являются членами других фракций или каждый депутат входит в разную фракцию) и количество депутатов-лоббистов, иницирующих законодательную инициативу. Как видно по результатам данной модели (Таблица 2), фактор соответствия комитета депутата профильному комитету не теряет своей значимости при учете других переменных. Вхождение во фракцию партии большинства и количество депутатов,

лоббирующих законопроект, также рассматриваются в качестве факторов, повышающих законодательный успех. Таким образом, можно говорить о подтверждении гипотезы соответствия комитета, членом которого является депутат-лоббист, комитету, который является профильным по законодательной инициативе как фактора, повышающего вероятность законодательного успеха.

Таблица 2. Факторы успешности лоббистской деятельности депутатов Госдумы РФ по продвижению законодательных инициатив. Модель 2.

	<i>Зависимая переменная:</i>
	Успешность
Членство во фракции «Единая Россия»	1.814*** (0.303)
Количество депутатов, продвигающих законопроект	0.059*** (0.019)
Соответствие комитета депутата профильному комитету	1.440*** (0.207)
Constant	-3.320*** (0.313)
Observations	667
Log Likelihood	-341.915
Akaike Inf. Crit.	691.831
Pseudo-R ² (McFadden)	0.20
Note:	*p**p***p<0.01

Источник: вычисления автора

Для определения факторов, которые могут оказывать влияние на одобрение внесенной законодательной инициативы профильным комитетом, была построена модель, в которой зависимой переменной является факт отклонения профильным комитетом (где «1» - законопроект был отклонен профильным комитетом, «0» - прошел в первое чтение). Независимыми переменными в данной модели являются членство депутата во фракции «Единая Россия», количество депутатов-

инициаторов законопроекта, а также соответствие комитета депутата профильному комитету. По результатам данной модели (Таблица 3) можно сказать, что из выделенных факторов на принятие законодательной инициативы профильным комитетом оказывает определенное влияние только членство депутата в нем. Низкое значение псевдо-R² может говорить о наличии других влияющих на это факторов, не выделенных в данной работе.

Таблица 3. Факторы, влияющие на отклонение законодательной инициативы депутата-лоббиста профильным комитетом.

	<i>Зависимая переменная:</i>
	Отклонение законопроекта профильным комитетом
Соответствие комитета депутата профильному комитету	-0.709* (0.421)
Членство во фракции «Единая Россия»	-0.384 (0.398)
Количество депутатов, продвигающих законопроект	-0.031 (0.051)
Constant	-2.367*** (0.330)
Observations	667
Log Likelihood	-118.964
Akaike Inf. Crit.	245.928
Pseudo-R ² (McFadden)	0.03
Note:	*p**p***p<0.01

Источник: вычисления автора

Для выявления факторов успешности лоббистской деятельности депутатов, чьи законодательные инициативы были допущены до первого чтения, была построена модель по тем законопроектам, которые прошли профильный комитет (их общее количество составляет 637 законодательных инициатив). Зависимой переменной является принятие законопроекта Госдумой, независимыми число депутатов-инициаторов, членство во фракции «Единая Россия», соответствие комитета депутата-лоббиста ответственному комитету. Также для проверки последней гипотезы (члены оппозиционных партий должны быть более успешны в продвижении законопроектов перед предстоящими выборами) была добавлена независимая переменная, оценивающая вероятность успешности членов разных фракций от времени внесения законодательной инициативы. Переменная времени имеет два значения, где «1» присваивался законопроектам, продвигаемым в

последний год созыва (электоральный), а «0» - продвигаемым в первые три года (в первые 4 года в шестом созыве). Переменная сферы лоббируемых интересов была добавлена в качестве контрольной (бизнес, аграрная, финансовая, топливно-энергетическая, торговая).

Основываясь на том, что профильный и ответственный комитеты могут, как совпадать, так и различаться, можно предположить, что вероятность законодательного успеха будет увеличиваться, если эти комитеты совпадают. Если депутат, который вносит законодательную инициативу, является членом профильного комитета и успешно добивается начала рассмотрения законопроекта, но затем инициатива перехватывается другим комитетом, который становится ответственным, вероятность успешного продвижения законопроекта должна снижаться. Для проверки данного предположения в модель также была включена переменная по соответствию профильного комитета ответственному (где «0» - ни один из

профильных комитетов не стал ответственным, «1» - хотя бы один из профильных комитетов был назначен ответственным).

По результатам данной модели (Таблица 4) можно также говорить о подтверждении гипотезы о повышении вероятности успешности лоббистской деятельности депутатов Госдумы РФ с увеличением числа инициаторов законодательных инициатив. Членство во фракции партии власти также является важным фактором, определяющим успех, так как вероятность принятия законопроекта депутатов-инициаторов, входящих в Единую Россию, увеличивается почти в два раза по сравнению с членами других политических фракций. Также подтвердилась гипотеза о важности вхождения депутата-лоббиста в комитет, являющийся ответственным по рассмотрению законопроекта – соответствие этих двух комитетов повышает вероятность принятия предлагаемого законопроекта Государственной Думой более чем в

полтора раза. Одним из факторов успешности также можно назвать способность депутатов-лоббистов привлекать на свою сторону союзников из числа законодателей, так как вероятность успеха повышается с увеличением числа инициаторов законопроекта. Не было подтверждено предположение о важности соответствия профильного комитета ответственному. Данный факт не оказывает влияния на вероятность законодательного успеха. Это может быть связано с тем, что в случаях, когда профильных комитетов несколько, а только один становится ответственным, инициатива перехватывается у комитета, заинтересованного в прохождении закона, к другому. Гипотеза о более успешной деятельности депутатов-лоббистов, не входящих в партию большинства, во время предстоящих выборов также не была подтверждена – успешность не зависит от того, был ли внесен законопроект в первые три года созыва, или же в последний электоральный год ни для членов фракции «Единая Россия», ни для депутатов других фракций.

Таблица 4. Факторы успешности лоббистской деятельности депутатов Госдумы РФ по продвижению законодательных инициатив. Модель 3.

	Зависимая переменная:
	Успешность
Количество депутатов, продвигающих законопроект	0.072*** (0.022)
Соответствие комитета депутата ответственному комитету	1.643*** (0.220)
Членство во фракции «Единая Россия»	1.828*** (0.356)
Соответствие профильного комитета ответственному	0.051 (0.256)
Время внесения	-0.025 (0.718)
Сфера бизнеса	-0.090 (0.335)
Топливо-энергетическая сфера	0.121 (0.445)
Торговая сфера	-0.832 (0.528)
Финансовая сфера	0.680** (0.344)
Членство во фракции «Единая Россия»: Время внесения	0.342 (0.768)
Constant	-3.577*** (0.513)
Observations	637
Log Likelihood	-310.720
Akaike Inf. Crit.	643.440
Pseudo-R ² (McFadden)	0.25
Note:	* ** *** p<0.01

Источник: вычисления автора.

Для проверки других возможных зависимостей успешности деятельности депутатов-лоббистов от даты инициирования законопроектов также были построены модели, включающие две другие независимые переменные. В первой «1» присваивался законодательным инициативам, которые были инициированы в первой половине созыва Государственной Думы, «0» - во второй

половине созыва. Вторая переменная представляла собой пронумерованные года созыва («1» - законопроект инициирован в первый год созыва, «2» - во второй и так далее). По результатам данных моделей (Таблица 5) также можно сделать вывод об отсутствии влияния времени инициирования законодательных инициатив на успешность лоббистской деятельности депутатов фракции большинства и других фракций.

Таблица 5. Факторы успешности лоббистской деятельности депутатов Госдумы РФ по продвижению законодательных инициатив. Модели 4 и 5.

Модель 4		Модель 5	
	Зависимая переменная: Успешность		Зависимая переменная: Успешность
Членство во фракции «Единая Россия»	2.704*** (1.020)	Членство во фракции «Единая Россия»	1.921** (0.777)
Инициирование законопроекта в первой половине созыва Госдумы	0.660 (0.591)	Номер года инициирования законопроекта	0.041 (0.242)
Соответствие профильного комитета ответственному	0.039 (0.255)	Соответствие профильного комитета ответственному	0.024 (0.254)
Количество депутатов, продвигающих законопроект	0.069*** (0.021)	Количество депутатов, продвигающих законопроект	0.069*** (0.022)
Соответствие комитета депутата ответственному комитету	1.633*** (0.220)	Соответствие комитета депутата ответственному комитету	1.632*** (0.219)
Сфера бизнеса	-0.073 (0.335)	Сфера бизнеса	-0.080 (0.335)
Топливно-энергетическая сфера	0.109 (0.445)	Топливно-энергетическая сфера	0.103 (0.446)
Торговая сфера	-0.840 (0.528)	Торговая сфера	-0.834 (0.528)
Финансовая сфера	0.684** (0.344)	Финансовая сфера	0.675** (0.344)
Членство во фракции «Единая Россия»: Инициирование законопроекта в первой половине созыва Госдумы	-0.532 (0.629)	Членство во фракции «Единая Россия»: Номер года инициирования законопроекта	-0.004 (0.259)
Constant	-4.549*** (1.048)	Constant	-3.656*** (0.836)
Observations	637	Observations	637
Log Likelihood	-310.611	Log Likelihood	-311.319
Akaike Inf. Crit.	643.223	Akaike Inf. Crit.	644.639
Pseudo-R ² (McFadden)	0.25	Pseudo-R ² (McFadden)	0.25
Note:	**p<0.01	Note:	**p<0.01

Источник: вычисления автора.

Так как законодательные инициативы, отклоненные ответственным комитетом, также не имеют шанса быть принятыми, была построена модель, оценивающая зависимость отклонения законопроекта ответственным комитетом от таких факторов, как членство большинства инициаторов во фракции власти, соответствие профильного комитета ответственному, а также вхождение депутата-инициатора в ответственный и профильный комитеты.

Зависимой переменной является отклонение законодательной инициативы ответственным комитетом, где «1» - ответственный комитет отклонил законопроект, «0» - принял. По результатам данной модели (Таблица 6) можно говорить о том, что членство в Единой России и в самом ответственном комитете снижают шансы законопроекта быть отклоненным ответственным комитетом. Интересно, что вероятность отклонения ответственным комитетом законопроектов, у которых хотя бы один из профильных комитетов стал ответственным, почти в полтора раза выше. Вхождение же депутата в профильный

комитет не является фактором, влияющим на успешность прохождения данного этапа. Также одобрение ответственного

комитета не зависит от количества инициаторов законодательной инициативы.

Таблица 6. Факторы, влияющие на отклонение законодательной инициативы депутата-лоббиста ответственным комитетом.

	<i>Зависимая переменная:</i>
	Отклонение законопроекта ответственным комитетом
Членство во фракции «Единая Россия»	-1.388*** (0.214)
Соответствие профильного комитета ответственному	1.426*** (0.319)
Количество депутатов, продвигающих законопроект	0.009 (0.023)
Соответствие комитета депутата ответственному комитету	-1.529*** (0.445)
Соответствие комитета депутата профильному комитету	0.192 (0.409)
Constant	-0.822*** (0.318)
Observations	637
Log Likelihood	-301.279
Akaike Inf. Crit.	614.559
Pseudo-R ² (McFadden)	0.17
Note:	*p**p***p<0.01

Источник: вычисления автора.

В целом, отстаивающие интересы групп давления депутаты более успешно справляются со своей задачей, будучи членами партии власти, привлекая сторонников-инициаторов законопроектов, а также являясь членами профильных и ответственных комитетов. По результатам построенных моделей логистической регрессии, на успешность лоббистской деятельности депутатов Госдумы РФ не влияет факт совпадения профильного и ответственного комитетов, хотя именно членство в них является важным фактором успешности принятия законодательной инициативы на этапах рассмотрения комитетов. Время инициирования законопроектов также не является фактором, определяющим успешность депутатов оппозиционных фракций, также как и депутатов фракции власти. Возможным объяснением опровержения данной гипотезы может быть тот факт, что депутаты Единой

России намного успешнее депутатов-лоббистов других фракций, что для групп интересов делает их более привлекательными объектами для сотрудничества в целом. Члены же других фракций не могут гарантировать успех продвижения интересов групп давления, и, следовательно, обмен принятия закона на электоральную помощь может быть нереальным для них. Тем не менее, некоторые модели показывают невысокую точность, что может говорить о существовании других возможных факторов успешности лоббистской деятельности депутатов, которые не были выделены в данной работе, что говорит о необходимости дальнейшего изучения успешности лоббизма в контексте российского парламента.

Заключение

Оценка успешности лоббистской деятельности представляет собой направление исследований, которое имеет

множество ограничений. Рассмотрение данной темы в контекстах власти и влияния затруднено невозможностью включения в разработку модели оценивания всех типов власти и каналов влияния. Точное измерение успешности также часто невозможно ввиду недостаточной информации о конкретных целях и действиях лоббистов, которые нередко носят закрытый характер. Несмотря на это, данная тема нуждается в дальнейшем изучении, так как любые исследования могут сделать вклад в разработку более точных моделей оценивания успешности.

Исследования по выявлению факторов, влияющих на успех деятельности лоббистов, в большей степени направлены на контексты США, ЕС и Скандинавии. Основными выделенными факторами можно назвать характеристики групп интересов, характеристики лоббируемых вопросов и выбранные методы влияния. Рассмотрение же законодателей в качестве участников лоббистского процесса чаще всего происходит с точки зрения объектов, а не субъектов лоббизма. С этой стороны может быть выделен еще один набор факторов успешности (факторы спроса), который представляет собой возможные выгоды для законодателей от взаимодействия с лоббистами (снижение неопределенности перед предстоящими выборами, экспертная оценка и снижение стоимости информации благодаря союзникам).

Так как настоящие исследования лоббизма в России не делают акцент на оценке успешности, в данной работе была предпринята попытка выявления факторов успеха лоббистской деятельности в условиях Государственной Думы РФ, где под лоббистами понимаются сами депутаты, продвигающие интересы определенных групп интересов. Сужение исследования до конкретного актора – депутата – снижает ряд методологических барьеров и приводит к большей предсказательной точности. Также

рассмотрение депутатов с точки зрения субъектов лоббизма способно расширить понимание взаимоотношений между законодателями и группами интересов и сделать вклад в ответ на вопрос «кого лоббировать».

Так как в ходе анализа литературы было выявлено, что политическая система оказывает влияние на факторы, определяющие успех лоббирования в законодательных органах, выбранные для оценки успешности особенности также базировались на институциональных аспектах – место депутата во внутренней структуре парламента. Результаты исследования показали, что успешность деятельности депутатов-лоббистов зависит от таких факторов, как количество депутатов, иницилирующих законодательную инициативу, членство во фракции большинства, вхождение депутата в профильный и ответственный комитеты по продвигаемым ими законопроектам. Все перечисленные факторы повышают вероятность успешности лоббистской деятельности депутатов. Время внесения законопроекта, а также соответствие профильного комитета ответственному не были выявлены как факторы, влияющие на успешность.

Несмотря на то, что сравнение целей и результатов представляет собой оптимальный способ оценки успеха лоббизма, это также является ограничением исследования. Как уже отмечалось, в реальности сложно проследить, действительно ли лоббист не добился своей цели и имел ли целью принятие законопроекта в принципе. Об этом также может свидетельствовать наличие в анализируемой базе данных законопроектов, которые были отозваны с рассмотрения самими депутатами-инициаторами, будучи одобренными комитетами или Государственной Думой в одном из чтений. Более точный анализ успешности в рамках принятия и непринятия законодательной инициативы

требует дополнительной информации, которая не предоставляется открытыми источниками. Также точность подобных исследований может быть повышена включением в базу данных большего количества самих законодательных инициатив с помощью расширения списка исследуемых сфер лоббизма. Кроме этого, следует учитывать, что в данной работе рассматривался лишь определенный набор факторов – место депутата во внутренней структуре Госдумы РФ. Так как не все модели логистических регрессий имеют высокий показатель точности, можно говорить о существовании других видов факторов, которые также оказывают влияние на успешность деятельности депутатов-лоббистов.

Также ранее было отмечено, что в исследованиях по оценке успешности лоббистской деятельности «разные методы приводят к разным результатам» [12, 19], что может говорить о возможном опровержении выделенных в данной работе факторов успеха при использовании качественного или же смешанного подхода. Одновременно данный вывод также говорит и о необходимости использования всех различных путей исследования для разработки более точных моделей оценки. Таким образом, можно говорить о важности продолжения исследования темы успешности лоббизма, как в контексте России, так и в контексте стран с другими политическими системами.

Список использованной литературы и источников

1. Глава 13. Порядок рассмотрения законопроектов Государственной Думой URL: <http://duma.gov.ru/duma/about/regulations/chapter-13/> (Дата обращения: 04.05.2021).
2. Доспан С.О. Лоббизм как многоаспектный феномен социально-политической системы // Вестник ПАГС. 2013. № 36. С. 111-117.
3. Комментарий к отдельным статьям Регламента Государственной Думы URL: <http://www.consultant.ru/law/review/1awmaking/kommregl/> (Дата обращения: 27.04.2021).
4. Кудряшова А.В. Влияние смены политического режима на характер лоббизма в России в середине 2000х годов. СПб.: НИУ ВШЭ, 2020.
5. Кудряшова А.В. Лоббизм в авторитарных режимах // Бизнес, общество, власть. 2020. №1(35). С. 63-73.
6. Любимов А.П. История Лоббизма в России. М.: Фонд «Либеральная миссия», 2005. С. 1-208.
7. Официальный сайт Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации URL: <https://www.gosduma.net/> (Дата обращения: 07.05.2021).
8. Система обеспечения законодательной деятельности URL: <https://sozd.duma.gov.ru/> (Дата обращения: 04.05.2021).
9. Arts B. Non-state Actors in Global Governance: Three Faces of Power // Preprints aus der Max-Planck-Projektgruppe Recht der Gemeinschaftsgüter. 2003. No. 2003/4. P. 1-55.
10. Bennedsen M., Feldmann E. Lobbying Bureaucrats // The Scandinavian Journal of Economics. 2006. Vol. 108, No. 4. P. 643-668.
11. Bennedsen M., Feldmann E. Lobbying Legislatures // Journal of Political Economy. 2002. Vol. 110, No. 4. P. 919-946.
12. Bernhagen P., Dür A. and Marshall D. Measuring Lobbying Success Spatially // Interest Groups & Advocacy. 2014. P. 1-30.
13. Bertrand M., Bombardini M. and Trebbi F. Is It Whom You Know or What You Know? An Empirical Assessment of the Lobbying Process // The American Economic Review. 2014. Vol. 104, No. 12. P. 3885-3920.
14. Binderkrantz A.S., Christiansen P.M. and Pedersen H.H. A Privileged Position? The Influence of Business Interests in Government Consultations // Journal of

- Public Administration Research and Theory: J-PART. 2014. Vol. 24, No. 4. P. 879-896.
15. Binderkrantz A.S., Pedersen H.H. The Lobbying Success of Citizen and Economic Groups in Denmark and the UK // *Acta Politica*. 2019. Vol. 54., No. 1. 2019. P. 75-103.
 16. Chaisty P. The Influence of Sectoral and Regional Economic Interests on Russian Legislative Behavior: The Case of State Duma Voting on Production Sharing Agreements Legislation // *Post-Soviet Affairs*. 2007. Vol. 23, No. 4. 2007. P. 302-328.
 17. Dahl R. The concept of power. *Behavioral Science*. 1957, P. 201-215.
 18. Denisov D. Business lobbying and government relations in Russia: The need for new principles // *Reuters Institute for the Study of Journalism*. 2010. P. 1-27.
 19. Dür A. Interest Groups in the European Union: How Powerful Are They? // *West European Politics*. 2009. Vol. 32, No. 1. P. 1-30.
 20. Dür A. Measuring Interest Group Influence in the EU: A Note on Methodology // *European Union Politics*. 2008. P. 1-27.
 21. Dür A., De Bièvre D. The Question of Interest Group Influence // *Journal of Public Policy*. 2007. Vol. 27, No. 1. P. 1-12.
 22. Duvanova D.S. Firm Lobbying versus Sectoral Organization: The Analysis of Business-State Relations in Post-Communist Russia // *Post-Soviet Affairs*. 2011. Vol. 27, No. 4. P. 1-37.
 23. Frye T. Capture or Exchange? Business Lobbying in Russia // *Europe-Asia Studies*. 2002. Vol. 54, No. 7. P. 1017-1036.
 24. Grasse N., Heidbreder B. The Influence of Lobbying Activity in State Legislatures: Evidence from Wisconsin // *Legislative Studies Quarterly*. 2011. Vol. 36, No. 4. P. 567-589.
 25. Hanegraaff M., Beyers J. and De Bruycker I. Balancing inside and outside lobbying: the political strategies of lobbyists at global diplomatic conferences // *European Journal of Political Research*. 2016. Vol. 53, No. 3. P. 568-588.
 26. Hanson P., Teague E. Big Business and the State in Russia // *Europe-Asia Studies*. 2005. Vol. 57, No. 5. P. 657-680.
 27. Hojnacki M. Interest Groups' Decisions to Join Alliances or Work Alone // *American Journal of Political Science*. 1997. Vol. 41, No. 1. P. 61-87.
 28. Ihlen Ø., Binderkrantz A.S. and Öberg P. Lobbying in Scandinavia // *Power, Communication, and Politics in the Nordic Countries*. 2021. P. 305-323.
 29. Kim S.E., Urpelainen J. When and how can advocacy groups promote new technologies? Conditions and strategies for effectiveness // *Journal of Public Policy*. 2013. Vol. 33, No. 3. P. 259-293.
 30. Kulmala M., Tarasenko A. Interest Representation and Social Policy Making: Russian Veterans' Organisations as Brokers between the State and Society // *Europe-Asia Studies*. 2016. Vol. 68, No. 1. P. 137-163.
 31. Mahoney C. Lobbying Success in the United States and the European Union // *Journal of Public Policy*. 2007. Vol. 27, No. 1. P. 35-56.
 32. McAllister I., White S. 'It's the economy, Comrade!' Parties and voters in the 2007 Russian Duma election // *Europe-Asia Studies*. 2008. Vol. 60, No. 6. P. 931-957.
 33. Pedersen H., Binderkrantz A. and Christiansen P. Lobbying Across Arenas: Interest Group Involvement in the Legislative Process in Denmark // *Legislative Studies Quarterly*. 2014. Vol. 39, No. 2. P. 199-225.
 34. Peregudov S., Semenenko I. Lobbying business interests in Russia // *Democratization*. 1996. Vol. 3, No. 2. P. 115-139.
 35. Rommetvedt H., Thesen G., Christiansen P.M. and Nørgaard A.S. Coping With Corporatism in Decline and the Revival of Parliament: Interest Group Lobbyism in Denmark and Norway, 1980-2005 // *Comparative Political Studies*. 2012. Vol. 46, No. 4. P. 457-485.
 36. Yakovlev A. The Evolution of Business - State Interaction in Russia: From State Capture to Business Capture?

// Europe-Asia Studies. 2006. Vol. 58, No.
7. P. 1033–1056.

FACTORS OF SUCCESS IN RUSSIAN DUMA MPS' LOBBYING ACTIVITY, 2003-2006

Alina Kudryashova – 1st year graduate student of the HSE (St. Petersburg), OP "Media Production and Media Analytics".. avkudryashova_2@edu.hse.ru

This work is aimed at identifying the factors of success of MP's lobbying activity in the State Duma of the Russian Federation. Such set of factors as the deputy's place in the internal structure of the parliament is under consideration. The existing approaches of assessing the success of lobbyists' activity are analyzed and the conclusion that there is a large set of limitations of such studies is made. The literature review on the success of lobbying in the legislative bodies of the United States, the European Union and the Scandinavian countries is made. The existing literature on the topic of lobbying in Russia is analyzed, and on the basis of this analysis, possible factors of success of lobbyists' activity are identified. A quantitative analysis of the success of the deputies-lobbyists in the context of the State Duma of the Russian Federation in the period from the fourth to the sixth convocation in five areas (agricultural, fuel and energy, business, financial and trade) is carried out. It is concluded that there are such factors of success as the membership of the deputy in the faction of the party of power, the number of deputies who initiated the bill, the membership of the deputy in the responsible and profile committees on the legislative initiatives. It is also concluded that the factor of time of introducing the draft law does not affect the success of lobbying activity of both deputies of the United Russia faction and non-members of it.

Keywords:

Lobbying, factors of success, interest groups, the State Duma of the Russian Federation, political regime.