

**С.П.Перегудов,**  
**доктор исторических наук,**  
**Институт мировой экономики**  
**и международных отношений РАН**

## Корпоративный капитал в борьбе за избирателя<sup>1</sup>

**В**ыборы 1999 г. в Государственную Думу выявили ряд новых моментов в политической жизни России, и далеко не последний из них — существенно возросшая роль крупных корпораций и корпоративного капитала в целом в избирательном процессе. Как мне представляется, этому способствовали два обстоятельства. Первый из них — сравнительная слабость партий и отсутствие более или менее эффективной партийно-политической системы, второй — существенно укрепившийся корпоративный сектор экономики.

Наряду с чисто количественными изменениями, связанными с общим укреплением корпоративного сектора в последние годы, здесь выявились и качественно новые моменты, без учета которых мы вряд ли сможем оценить адекватно ту роль, которую крупные корпорации играют в политическом процессе вообще и в избирательных кампаниях, в частности.

Одним из таких моментов явилось выдвижение на первый план наиболее влиятельных структур топливно-энергетического комплекса (ТЭК), оттеснивших на второй план банковские структуры и так называемых банковских олигархов. При этом я бы предпочел сейчас говорить не о ТЭК вообще, а в первую очередь о нефтегазовом комплексе (НГК). Ибо именно корпорации этого комплекса выдвинулись сейчас в качестве ключевого звена корпоративного сектора, его своего рода политического авангарда.

Показателем резко возросшего влияния НГК явилось, в частности, постоянное внимание к нему средств массовой информации (СМИ). Достаточно упомянуть непрекращающуюся череду публикаций вокруг планов реорганизации "Газпрома", попыток правительства создать на базе "Роснефти" государственную нефтяную корпорацию "Госнефть", а также вокруг "слияния года" в нефтяной отрасли, каковым явилось поглощение "Лукойлом" хозяина Тимано-Печерского нефтегазового месторождения "Коми—ТЭК".

В связи со сказанным вполне закономерно, что в регулярно публикуемых "Независимой газетой" рейтингах наиболее влиятельных российских политиков и "лучших лоббистов России" нефтяные и газовые "генералы" неизменно занимают лидирующие позиции среди

---

<sup>1</sup> Статья подготовлена в рамках индивидуального исследовательского проекта, поддержанного Фондом Джона Д. и Кэтрин Т. МакАртуров (проект № 99-57323).

других представителей делового мира. (В списках 25 "лоббистов — первых лиц" им неизменно принадлежит примерно треть мест.)

Среди факторов, способствовавших укреплению позиций НГК, особо стоит отметить происходящую в нем консолидацию. Вместе с тем укрепляется связь нефтяного и газового бизнеса, причем речь идет не просто о прогрессирующем вторжении нефтянников в добычу и сбыт газа, но и о более тесном коммерческом взаимодействии. Наиболее значимое его проявление — заключение в 1998 г. соглашения о стратегическом партнерстве между "Газпромом" и компанией "Лукойл" — лидера нефтяного бизнеса.

Существенную роль в укреплении экономических и политических позиций НГК сыграло организационное укрепление отдельных компаний и корпораций и обретение ими четкой вертикально интегрированной структуры. Вслед за "Лукойл", который еще в 1996 г. обменял все акции своих дочерних компаний (а их число, согласно последнему годовому отчету, достигло 38) на акции центральной компании, по тому же пути пошли "Сиданко", "ЮКОС", "Сибнефть", "Тюменская нефтяная компания" (ТНК) и др. И хотя не везде этот процесс консолидации идет гладко (примером тому служат продолжающиеся разборки между ведущими акционерами компании "Сиданко" и ТНК), в целом нефтяной бизнес России, особенно после существенного роста мировых цен на нефть с конца 1998 г., заметно укрепил свои позиции в корпоративном секторе экономики. Согласно данным журнала "Эксперт", из 20 крупнейших российских корпораций 12 принадлежат нефтегазовому комплексу<sup>1</sup>. При этом только "Газпром" обеспечивает до 25% доходов федерального бюджета, вместе же с нефтяными компаниями эта доля возрастает до 65%.

Наряду с консолидацией собственно нефтегазового бизнеса идет процесс вторжения компаний в смежные отрасли. "Газпром" все активнее внедряется в черную металлургию и моторостроение, нефтяные корпорации обзаводятся собственным танкерным флотом и даже морскими и речными портовыми комплексами (как это произошло с Мурманским морским пароходством, контрольный пакет акций которого был в 1998 г. приобретен "Лукойлом" или с крупнейшим в Европе нефтеналивным пароходством "Волготанкер", 60% акций которого в начале 2000 г. приобрел "ЮКОС". Продолжается внедрение нефтегазовых компаний в нефтехимию. Полным ходом идет и территориальная экспансия НГК в ближнее и отчасти дальнее зарубежье. На первый взгляд в эту общую тенденцию не укладываются планы разделения "Газпрома" и, в частности уступка им части своих месторождений фирме "Итэра" с перспективой превращения ее во вторую крупнейшую корпорацию газовой индустрии<sup>2</sup>. Однако вряд ли подобное раздвоение окажет сколько-нибудь серьезное воздей-

---

<sup>1</sup> Эксперт. 1999. № 36. С. 46.

<sup>2</sup> Подробнее об этом см.: Ведомости. 2000. 25 февр.

ствие на позиции и роль основного газового монополиста. Есть такие веские основания полагать, что связи "Итэра" с американским капиталом (которому она подконтрольна) укрепят пока еще недостаточно крепкое "плечо" комплекса в дальнем зарубежье.

Как отмеченные, так и некоторые другие события и обстоятельства в конечном счете привели к существенному укреплению гомогенности нефтегазового комплекса и в преддверии выборов несколько ослабили его зависимость от высшей государственной власти в лице президентской администрации и правительства.

Исключительно важным новым моментом в развитии компаний комплекса в последние годы явилось существенное укрепление связки корпоративных структур с региональной и республиканской администрациями.

Приведу один пример. В течение ряда последних лет корпорация "Лукойл" заключила около 40 соглашений с администрациями областей и республик, причем предметом соглашений явились не только вопросы использования недр, экологической безопасности, но и решения проблем занятости, снабжения горюче-смазочными материалами (ГСМ), создания учреждений социальной инфраструктуры и т.д. Не в малой степени содействует укреплению такой связки и все более тесная кооперация корпорации с другими корпоративными структурами, оперирующими в регионах. В основном это относится к автомобилестроительным корпорациям, с некоторыми из которых "Лукойл" также заключила в последние годы соглашения о сотрудничестве. Причем опять-таки во многих случаях речь идет не просто о согласовании типов ГСМ, используемых автомобилями компаний, о поставках горючего и самим предприятиям, и обслуживающим их марки автомобилей АЗС, но и прочих чисто технических вопросах, и о гораздо более существенных вопросах, выходящих за эти рамки. Так, еще до заключения широкомасштабного соглашения с руководством Республики Татарстан компания "Лукойл" предоставила объемистый валютный кредит испытывающему немалые трудности "КамАЗу" (являющемуся, как известно, одним из наиболее важных составляющих промышленности республики). Подобного рода помощь оказывается и сейчас, и без преувеличения можно сказать, что от нее в какой-то степени будет зависеть судьба этого автогиганта. В свете сказанного, думаю, выглядит вполне закономерной и та поддержка, которую оказывала корпорация "Лукойл" инициированному Шаймиевым движению "Вся Россия".

Должен сказать, что Татарстан в этом плане отнюдь не исключение. Аналогичная ситуация сложилась в отношениях с Республикой Коми, Мурманской областью, где компания, как уже говорилось, два года назад приобрела контрольный пакет акций "Мурманского морского пароходства", и в ряде других регионов.

Вряд ли необходимо столь же подробно говорить об отношениях регионов с "Газпромом", который имеет свои предприятия

и свою инфраструктуру примерно в 70 субъектах Российской Федерации.

Своего рода оплотами влияния нефтегазовых корпораций в регионах являются города, городские районы и территории, население которых в той или иной степени задействовано в добыче, транспортировке и переработке нефтегазового сырья. Несмотря на стремление сбросить "висящие" на них объекты социальной инфраструктуры, компании все чаще идут на компромисс с местными властями, помогая им удерживать учреждения соцкультбыта в работоспособном состоянии. В тех же городах и районах, где компактно проживают семьи их рабочих и служащих, немало делается для развития этих учреждений. В качестве примера могу сослаться на город нефтянников Когалым (Западная Сибирь), построенный в 70-е годы предприятиями, входящими в настоящее время в компанию "Лукойл". Хотя мое пребывание в этом городе в июне 1999 г. длилось немногим более суток (я был приглашен как представитель журнала "Мировая экономика и международные отношения" на годичное собрание акционеров компании), я мог воочию убедиться в том, что население этого города ощущает себя нефтяниками не только в узком профессиональном, но и в самом широком, социальном смысле этого слова.

Конечно же можно привести немало примеров и иного, мягко говоря чисто потребительского отношения руководства и владельцев нефтяных корпораций к человеческому капиталу и, соответственно, плачевного состояния городов и поселков нефтянников. Однако, судя по всему, все же общей тенденцией является развитие отношений и с персоналом, и с территориями на иной, более конструктивной основе. Нередко, правда, при этом преследуются не столько стратегические, сколько тактические цели, связанные с конкретными политическими устремлениями. Наиболее характерный пример здесь — патронажное поведение главы "Сибнефти" Р.Абрамовича на северных территориях в период проведения им избирательной кампании осенью и зимой 1999 г. Но даже и в этих случаях подобная тактика чаще всего не отбрасывается, а приобретает более долгосрочный характер, и в конечном счете указанная общая тенденция обретает более прочную основу.

Пример с хозяином "Сибнефти", несмотря на его, казалось бы, единичный характер, имеет куда более широкий смысл, состоящий в том, что персонал компаний, его семьи, а также население территорий, поселков и городов нефтянников и газовиков все чаще начинают рассматриваться не просто в качестве людей, от настроения и поведения которых напрямую зависят производственные и экономические показатели предприятий и компаний, но и как электорат, симпатии которого отнюдь не автоматически достаются нефтяным "генералам" и их союзникам.

Исходя из этого, хотел бы остановиться еще на одной особенности наших крупнейших корпоративных структур, а именно их

теснейшей связи со средствами массовой информации. Тезис о разделе наших СМИ между олигархами стал уже общим местом и не нуждается в подтверждении. Однако чаще всего имеются в виду средства информации федерального уровня и в то же время почти не упоминаются местные СМИ. Между тем вторжение корпоративных интересов в региональные и республиканские СМИ имеет не меньшее, а порой и большее значение, чем их связи с центральными органами печати и теле- и радиоканалами. Как мне сказали в Управлении общественных связей компании "Лукойл", она и ее дочерний компании располагают сейчас отдельными каналами на региональных телестанциях. Кроме того, эти компании, а также существующие при них отделы связей с общественностью, их пресс-центры издают или участвуют в издании ряда местных газет, активно используют местные радиовещательные станции. Как заявил в интервью корреспонденту журнала "Нефть России" начальник отдела по связям с регионами компании "Лукойл" В.Лопаткин, "долгосрочные стратегические интересы и перспективы развития компании диктуют нам настоятельную необходимость установления надежного делового сотрудничества с региональными органами государственной власти, политическими партиями, общественными организациями и средствами массовой информации"<sup>1</sup>.

Но "Лукойл" здесь отнюдь не является первопроходцем, и ему, как и другим нефтяным компаниям, еще очень и очень далеко до тех рубежей, на которые уже вышел "Газпром". Не так давно по всем средствам массовой информации прошли сообщения о том, что система общественных связей "Газпрома" подверглась чистке, и создавалось даже впечатление, что она переживает кризис и серьезно ослаблена. Однако факты свидетельствуют о другом. В связи с этим хочу процитировать некоторые места из статьи официального представителя PR-овской команды корпорации Юрия Кузнецова (свою должность он не называет), опубликованной в одном из последних номеров "Нефть России". Во главе службы общественных связей в центре и на местах стоит Управление корпоративных коммуникаций АО и Корпоративный коммуникационный центр, выполняющий функции стратегического и координационного планирования, контроля за информационными потоками внутри компании и вне его. Региональные общественные связи, — пишет Кузнецов, — "представляют собой разветвленную структуру с (собственными. — *СП.*) пресс-центрами, редакциями телевидения, радио, газет, журналов, направляют свою информацию в центр, который, в свою очередь, регулярно передает сообщения о деятельности компании на места"<sup>2</sup>. Менеджеры по связям с общественностью, редакторы телевидения, радио, газет и журналов на предприятиях "Газ-

---

<sup>1</sup> Нефть России. 2000. № 1. С. 25.

<sup>2</sup> Там же. 1999. № 7. С. 67.

прома, — продолжает автор, — это энергичные люди, которые профессионально организуют работу с журналистами, персоналом и акционерами, представителями общественных организаций, органами исполнительной и законодательной власти<sup>1</sup>. Далее в статье приводятся довольно интересные данные о структуре и характере деятельности некоторых из региональных служб.

Так, объединение "Тюменьтрансгаз" располагает собственной телерадиокомпанией "Норд", являющейся "эффективным инструментом влияния на персонал и местное население". На предприятиях "Оренбурггазпрома" одним из основных фирменных коммуникационных инструментов является общественно-политическая газета "Оренбургские ведомости". Газета, отмечает автор, "постепенно превращается из отраслевой в уважаемое и влиятельное в пределах целой области издание". Еще один пример — Новый Уренгой, где при объединении "Уренгойгазпром" действует пресс-центр, в составе которого — служба по связям с общественностью, телестудия "Уренгойгазпром", радиостанция, газета "Газ Уренгоя", издательский комплекс. Пресс-центр систематически организует и проводит встречи, теле- и радиоконференции, интервьюирует руководителей объединения<sup>2</sup>.

Все сказанное позволяет сделать вывод о том, что нефтегазовый комплекс сегодня — это не только мощный экономический, но и политический, и пропагандистский инструментарий, и от того, с кем он "дружит", не в малой степени зависит исход тех пропагандистских и политических баталий, которые развертывались, в частности, в преддверии выборов в Думу.

Естественно, что в связке с губернаторами и губернской администрацией влияние и роль этого инструментария, его эффективность возрастают многократно. Я специально ничего не говорю о деньгах, финансовой поддержке, которая безусловно играет очень и очень существенную роль. Однако, как мне представляется, было бы неправильно влияние корпоративного сектора ныне сводить лишь к этой стороне дела. В условиях слабости партий и других общественных объединений к корпоративным структурам переходит и значительная часть пропагандистских и организационных функций. Не будучи официально прямыми участниками предвыборной гонки, они в то же время, в отличие от корпораций на Западе, не только "заказывают музыку и платят за нее", но и играют немалую роль в качестве ее исполнителей.

В более широком, историческом, контексте нынешний этап корпоративной политической активности является, на мой взгляд, уже третьим. Первый был связан с попыткой создания собственных предвыборных объединений типа "Партии экономической свободы"

---

<sup>1</sup> Нефть России. 1999. № 7. С. 67.

<sup>2</sup> Там же.

К.Борового и "Гражданского союза" А.Вольского, закончившейся, как известно, полным провалом. Второй этап характеризовался мощной финансовой поддержкой — семью банкирами существующей власти (думские выборы 1995 г. и особенно президентские выборы 1996 г.). Третий этап, нынешний, связан с созданием подпитанных щедрыми финансовыми ресурсами корпоративных электоральных блоков, срастающихся с избирательными объединениями и выступающих как своего рода "тылы" этих последних<sup>1</sup>.

Чтобы не быть голословным, попытаюсь подтвердить только что высказанные тезисы конкретными фактами последней думской избирательной кампании.

По данным прессы, корпорации нефтегазового комплекса поддерживали своими пропагандистскими и иными ресурсами ряд партий и избирательных объединений в основном центристского и правоцентристского толков. Так, "Лукойл" поддерживал движение "Наш дом — Россия", блоки "Отечество — Вся Россия", "Союз правых сил", "Единство"; "Газпром" — НДР и ОВР; "ЮКОС" — "Яблоко"; "Транснефть" — "Единство", СПС; "Татнефть" — ОВР; "Сибнефть" — "Единство"<sup>2</sup>. Вряд

ли этот перечень дает исчерпывающую картину партийно-политических предпочтений компаний нефтегазового комплекса. Его ценность, однако, в другом, а именно в том, что он служит показателем характера данных предпочтений, тяготеющих к центру политического спектра, но не ограничивающихся исключительно им. Очевидно, что сознательно или бессознательно, компании НГК делали и делают ставку на то, чтобы укрепить свои политические связи во всех основных фракциях, близких к партии власти, и, судя по результатам выборов, это им удалось. Если в самом факте поддержки корпорациями НГК объединений и блоков, борющихся за места в Думе, практически ничего нового нет, то этого никак нельзя сказать о другом направлении активности поддержки со стороны тех же корпораций. Я имею в виду прежде всего поддержку, оказанную ими так называемым одномандатникам, где они повели практически собственную, достаточно крупную игру на электоральном поле.

Хотя большинство из претендентов в этих округах выступало также в качестве партийных кандидатов, непосредственная поддержка, оказывавшаяся им крупными корпорациями и их PR-ОВС-кими структурами, связывала их с этими корпорациями гораздо теснее, нежели в случаях, когда поддержка оказывалась опосредованно, т.е. через упомянутые блоки, партии и объединения.

В моем распоряжении нет обобщенных данных относительно числа одномандатников, поддержанных корпорациями НГК, однако имеющиеся сведения позволяют заключить, что отнюдь не отдельные кандидаты, а их большинство такую поддержку имели. По

---

<sup>1</sup> Коммерсант — Деньги. 1999. № 42. 27 окт. С. 13.

<sup>2</sup> Нефть России. 1999. № 7. С. 67.

достаточно достоверным данным, только компания "Лукойл" поддерживала от 80 до 90 кандидатов, а "Газпром", правда по менее надежным источникам, — где-то около полутора сотен. Вполне возможно, что во многих случаях или даже в большинстве это были те же самые кандидаты, но учитывая общее число одномандатных округов (225) и в этом случае итоговое число только по двум, правда самым крупным, компаниям, составит более половины. Если же учесть, что большая часть поддержанных кандидатов-одномандатников была избрана (по "Лукойл" она составила немногим более 60 человек, т.е. свыше 2/3), то можно прийти к однозначному выводу о том, что мы являемся свидетелями своего рода прорыва компаний НГК на парламентскую арену.

О том, что дело обстоит именно так, со всей очевидностью свидетельствует формирование в феврале 2000 г. в Государственной Думе межфракционного объединения "Энергия России", в которое сразу же записалось около 70 депутатов. Весьма примечательно, что объединение это возглавил не кто иной, как бывший премьер-министр, известный своими самыми тесными связями с "Газпромом", Виктор Черномырдин.

Как бы не складывались далее отношения элиты нефтегазового комплекса и ТЭК в целом с государственной властью, фактом остается далеко идущая экспансия этой элиты в важнейшие структуры власти, которая в полной мере корреспондирует с тем местом, которое занимает НГК в экономике страны.