

ПРОЗРАЧНОСТЬ И НЕПРОЗРАЧНОСТЬ НЕФТЯНОГО СЕКТОРА В РЕГИОНАХ РОССИИ: СУБЪЕКТЫ И УРОВНИ АНАЛИЗА

Макарычев А.С.,
*профессор кафедры политологии и международных отношений
Нижегородского лингвистического университета*

Тезисы выступления на конференции в Баку, 6-8 апреля 2006 г.

Настоящее выступление построено на основе промежуточных итогов одноимённого исследования, которое реализуется в Нижнем Новгороде неправительственной организацией «Русь-Эксперт-Транзит» при поддержке Института «Открытое общество» (г.Нью-Йорк) и Американского университета (г.Вашингтон). Его аналитической задачей является не столько выработка некой оптимальной модели прозрачности и не непосредственные предложения по усовершенствованию законов, сколько формулирование проблем, существующих в этой сфере, демонстрация их сложности и обусловленности социальными взаимоотношениями, и на основе этого – попытка изменения взгляда на прозрачность¹.

Возможности аналитики

В основе концепции исследования лежат несколько теоретических тезисов.

Во-первых, прозрачность представляет собой мега-термин, который при любой попытке практического употребления нуждается в уточнении. Принципиальным в этом смысле является вопрос о *границах* использования этого концепта, который *не носит универсального характера* («Универсалии ничего не объясняют, они сами подлежат объяснению»²). Соответственно, стратегия исследований состоит в реинтерпретации концепта прозрачности посредством его включения в проблемное поле «нефтяных отношений» и соотнесения с другими концептами (коммуникации, риски, корпоративная культура и пр.).

Во-вторых, прозрачность – это **характеристика социальных отношений**, а не конкретных акторов. В этом смысле ставить вопрос о прозрачности или непрозрачности применительно к какой-то отдельной организации было бы проявлением редукционизма (то есть методологического подхода, сводящего объяснение явлений, носящих структурный характер, к деятельности индивидуальных акторов). Один и тот же актор, находясь в разных коммуникационных режимах, может придерживаться различных моделей прозрачности. Именно встраивание концепта прозрачности в то или иное социальное поле придаёт ему необходимую динамику. Проблематизация прозрачности предполагает наличие, условно говоря, второго (третьего и пр.) актора (явного или скрытого) либо некой структуры (институциональной среды).

В-третьих, более плотная система **внешних коммуникаций** приводит к большей **прозрачности**. Эти коммуникации могут быть разными: политическими, социальными, профессиональными и пр. У акторов, с которыми контактируют нефтяные компании, существуют свои ожидания и представления об открытости, на которые те вынуждены реагировать.

¹ Что вполне соответствует миссии интеллектуалов, сформулированной Мишелем Фуко. См. Мишель Фуко. Интеллектуалы и власть. Москва: Праксис, 2005. Стр. 273.

² Жиль Делёз, Феликс Гваттари. Что такое философия? Москва – С.Петербург, 1998.

В-четвёртых, заказ на прозрачность формируется как результат этих взаимодействий. Этот заказ носит *комплексный, структурный* характер в том смысле, что его сложно однозначно «привязать» к политике какого-то одного субъекта.

В-пятых, в обществе существует *заказ* как на прозрачность, так и *на непрозрачность*, которая может быть привлекательной в различных формах (в виде конфиденциальности, коммерческой тайны и пр.). «Производство» непрозрачных практик имеет под собой глубокие основы, связанные со специфическими экономическими и иными интересами. В этом смысле можно говорить о существовании в изучаемом сегменте экономических отношений двух стратегий: *определённости* и *неопределённости*, причём обе имеют свою логику.

Именно из этого положения вытекает блок практических соображений. Его задачей является определение того реального *масштаба прозрачности*, который может позволить себе нефтяной сектор, и тех сфер, где предлагаемые меры реализуемы. Важными элементами анализа при этом могут стать указание на адресатов (выгодополучателей) прозрачности, а также на условия её достижения.

Модели прозрачности

1. **Кризисная.** Она имеет место в случае, когда происходит некий инцидент (например, авария на нефтепроводе, повлекшая загрязнение окружающей среды), получающий *публичный резонанс* и требующий реакции со стороны руководства нефтяной компании (НК) в виде оглашения какой-то информации. По некоторым регионам РФ известны примеры того, как после масштабных технических поломок, приведших к озабоченности со стороны общественных организаций, НК перестраивала свою информационную стратегию в сторону большей открытости.
Структура отношений: НК – некоммерческие организации (НКО) - средства массовой информации (СМИ).

2. **Политическая.** Движение в сторону прозрачности в этом случае является результатом *политической воли*, выраженной посредством административных правил и соответствующих институтов. Для субъектов нефтяного рынка такой «сценарий» может быть вынужденной мерой, то есть ответом на требования со стороны государства.

Структура отношений: НК - государственные органы власти и административный аппарат

3. Ориентированная на **экономический интерес** самих нефтяных компаний. Прозрачность является составной частью стратегии рационального использования *информационных* (создание информационных поводов, проведение эффективных рекламных кампаний) и *социальных* (завоевание доверия клиентов и потребителей) ресурсов.

«Прозрачность имеет свою цену. Единовременные затраты можно разделить на три блока: юридическое консультирование, финансовое консультирование и структурирование... Исходя из этих параметров, средней компании с оборотом до 10 миллионов долларов прозрачность обойдётся примерно в 70 тысяч долларов... С помощью прозрачности можно продавать не просто долю или действующий бизнес, но и ожидания от будущих доходов и вложений...»³

³ Н.Савина. Продавец прозрачности // *Нижегородский бизнес-журнал*, № 3, февраль 2006. Стр. VI.

Структура отношений: НК1 – НК2(3...) – рейтинговые агентства – консалтинговые фирмы (юридическое и финансовое консультирование) - СМИ

4. **Глобализационная.** В этом варианте прозрачность становится результатом вхождения нефтяной компании в отношения «комплексной зависимости» с большим числом транс- и над-национальных организаций и структур.

Структура отношений: НК – транснациональные корпорации (ТНК) – банки – страховые и инвестиционные компании – фонды

Рассматривая эти модели сквозь призму подходов, обозначенных выше, мы можем увидеть очертания, по крайней мере, двух важных проблемных зон.

Во-первых, каждой из этих моделей свойственна своя интенсивность социальных коммуникаций с участием нефтяных компаний.

Во-вторых, модели 2 - 4 можно рассматривать в рамках социально-конструктивистских подходов, развиваемых, в частности, Александром Вендтом⁴. Перенос их на сферу нашего анализа, можно утверждать, что в двух случаях (модели 2 и 4) мы встречаемся с ситуациями *интернализации* внешних норм, то есть их адаптации в качестве руководства к действию для НК. Эти две модели отличаются друг от друга тем, что в одном случае в качестве источника внешнего воздействия выступает государство, а во втором – структуры «международного сообщества», если пользоваться терминологией Хэдли Булла⁵. Однако оба варианта (модели 2 и 4) объединяет одна и та же структурная логика, суть которой состоит в возможности двух «степеней» интернализации.

«Первая степень» описывает ситуации, при которых нормы прозрачности реализуются лишь постольку, поскольку они навязаны под угрозой наказания (например, санкций, штрафов или мер административного воздействия). Сами НК мотивированы не собственной заинтересованностью в прозрачности, а желанием избежать мер воздействия извне. Естественно, степень сопротивления реализации этим нормам будет при этом наиболее высокой.

«Вторая степень интернализации» достигается тогда, когда НК действуют на основе само-интереса. В отличие от «первой степени», здесь компании имеют возможность выбора, но используют нормы прозрачности инструментально, то есть в своих экономических целях для получения материальной выгоды. Из этого можно сделать предположение о том, что как только издержки прозрачности превысят получаемые от неё выгоды, НК пересмотрят своё использование механизмов прозрачности как инструмента их рыночной стратегии.

Что касается продолжения этой логической цепочки, предлагаемой А.Вендтом, в виде «третьей степени интернализации», то она представляется нам скорее идеальной моделью. Речь идёт о ситуациях, при которых следования нормам прозрачности становится результатом не подчинения внешним требованиям и не выбора в пользу более рациональной (на данный момент) стратегии, а признания *легитимности* этих норм. Другими словами, НК идентифицируют себя с нормами прозрачности и, таким образом, позволяют этим нормам формировать, конституировать себя (то есть НК) в качестве субъектов «нефтяных отношений».

Институциональные формы прозрачности

⁴ Alexander Wendt. Social Theory of International Politics. Cambridge Studies in International Relations, Cambridge University Press, 1999. Pp.266-272.

⁵ Hedley Bull. The Anarchical Society. A Study of Order in World Politics. Third Edition. New York: Columbia University Press, 2002.

Для представления категории прозрачности сквозь призму институционального анализа мы воспользуемся схемой, предложенной В.В.Радаевым⁶.

	Структурные связи	Индивидуальные (субъект - субъект)
Формальные ограничения	<i>Законы</i>	<i>Контракты</i>
Неформальные ограничения	<i>Нормы</i>	<i>Договорённости</i>

Таким образом, мы видим, что в зависимости от институциональных особенностей той или иной ситуации прозрачность может проявляться по-разному. Она может принимать форму *законов* (правовых актов). Здесь необходима *политическая воля* и эффективная система государственных учреждений, способных контролировать процесс исполнения требований государственной отчётности.

В том случае, если речь идёт о неформальных обязательствах, которые распространяются на всю систему (в данном случае – на всех участников нефтяного рынка), то они могут принимать форму *норм*. Допустим, многие варианты обеспечения прозрачности, вырабатываемые на глобальном уровне, имеют в своей основе нормативный характер.

Если обязательства носят не структурный характер, а касаются каким-то образом зафиксированных взаимоотношений двух или более субъектов нефтяных отношений, то такую форму прозрачности можно назвать *контрактной*. К этой категории можно отнести соглашения о сотрудничестве между региональными органами власти и нефтяными компаниями.

Наконец, если речь идёт о неформализованных отношениях между ограниченным числом участников нефтяного рынка друг с другом, то мы вправе назвать такую форму прозрачности *договорной*. К примеру, нефтяная компания может взять на себя обязательство предоставлять тому или иному СМИ информацию о своей деятельности.

Региональные case studies

1. Система «нефтяных отношений» в регионах включает в себя: а) *субъекты*, способные на самостоятельное принятие решений⁷; б) *агенты*, реализующие стратегию субъектов; в) *структуры*, характеризующиеся общностью финансовых ресурсов и тесной системой взаимозависимости. Отдельно описываются т.н. «*ситуации перехода*», при которых либо субъекты начинают играть роль агентов (власти), либо агенты выходят за пределы отведённой им роли и претендуют на субъектные характеристики.

2. Анализ этой среды может строиться, исходя из нескольких возможных векторов: а) *межсубъектные* отношения; б) *субъект – агентские* отношения; в) *межагентские* отношения. Естественно, в каждом из регионов композиция этих пар будет выглядеть по-разному, что и даст хорошую возможность для последующего сравнительного анализа.

На этой стадии можно сформулировать две предварительные гипотезы:

А) Межсубъектные отношения создают наибольшие возможности для прозрачности по сравнению с другими типами отношений, поскольку прямое взаимодействие двух или более относительно равных и самостоятельных акторов заставляет каждого из них адаптироваться к условиям и ожиданиям своего партнёра.

Б) В Нижегородской области значительный объём межсубъектных отношений (Лукойл – областная администрация) вынесен за пределы региона, поскольку реально разворачивается при активном участии структур федерального уровня. В Татарстане

⁶ Радаев В.В. Социология рынков: к формированию нового направления. М., 2003.

⁷ При описании субъектов следует иметь в виду, что в теоретической литературе существует дискуссия об их двойственной природе: с одной стороны, субъект возникает как эффект власти, он не может появиться без согласия власти. С другой стороны, субъект обладает свободой действия. См.: Дж.Батлер. Психика власти. Харьков – С.Петербург, 2002.

межсубъектные отношения скорее связывают федеральные власти с республиканскими, по отношению к которым нефтяные компании играют роль агентов. В Ленинградской области общую картину дополняет присутствие такого важного «коллективного субъекта», как Евросоюз.