

Ярославцева Яна Алексеевна

студентка

Хазимуллин Артём Дамирович

студент

Тукова Екатерина Александровна

ассистент кафедры

ФГБОУ ВО «Уральский государственный

университет путей сообщения»

г. Екатеринбург, Свердловская область

ПРОБЛЕМЫ ЛОББИЗМА В ПОЛИТИКЕ И ЭКОНОМИКЕ

Аннотация: в данной статье рассматривается такое явление, как лоббизм. Представлены его виды, инструменты и последствия.

Ключевые слова: лоббизм, интересы, группа лиц, государственные органы, государство, политика, экономика, технологии, приёмы.

Вопрос, что такое лоббизм, представляет собой краеугольный камень в понимании всей темы. Поэтому он требует детального разбора. Сразу отметим, что здесь мало дать простое определение понятия. Как минимум, мы должны задать себе следующие уточняющие вопросы:

1. Как расшифровывается термин лоббизм в его современном понимании?
2. Подход к лоббизму, как деятельности?
3. Виды деятельности, которые являются лоббистскими технологиями?
4. Какие наиболее эффективные инструменты в лоббистской деятельности в России?
5. Роль лоббизма в развития экономики и политике?

Итак, что же обозначает термин лоббизм?

Наиболее объективным определением термина «лоббизм» на наш взгляд является юридическое. В рамках юридического подхода лоббизм является много-плановое участие граждан, организаций, предприятий или отдельных лиц, специализирующихся на лоббистской деятельности, других субъектов

правоотношений с органами государственной власти с целью оказания влияния на принятие необходимых им единичных решений в виде законодательных актов, административных, политических и иных официальных решений и для постоянного отстаивания своих интересов.

Переходим к вопросу о подходах к лоббизму, как к деятельности. Отметим, что ни один подход не существует в «чистом» виде, что есть различные варианты сочетания подходов с преобладанием той или другой концепции. Мы выделили следующие основные подходы, которые являются отражением действительность все в той или иной степени:

Системно-функциональный, иногда его называют институциональным подходом, гласит, что лоббизм – институт политической системы, обеспечивающая взаимодействие субъектов политической коммуникации, то есть лоббизм – средство поддержания равновесия в обществе.

Инструментальный подход заключается в том, что лоббизм есть набор методов и технологий влияния на процесс выработки решений государственной власти.

Процедурный подход говорит нам, что лоббизм – это органический элемент системы бюрократических правил и процедур принятия решений в системе власти.

Компаративистский подход повествует, что лоббизм – это деятельность, в ходе которой лишь единицы имеют реальные рычаги влияния на процесс выработки ответственных решений государственной власти.

Если подходить формально, то лоббистскими технологиями мы можем назвать все те виды деятельности, которые будут содержать определённые методы воздействия на процесс принятия решений в органах государственной власти. Как и всякие технологии, лоббистские технологии включают в себя приемы, операции и процедуры. Также лоббистские технологии тесно связаны с применимыми средствами, оборудованием и инструментами.

Теперь предлагаем обратится к конкретике. Всем хорошо известны классические технологии лоббизма. Такие как: участие в избирательных кампаниях, то

есть предоставление средств на их проведение, составление законопроектов и вынесение их на обсуждение парламента, организация пропагандистских кампаний по поводу готовящихся или принятых решений, публикация данных голосований депутатов по законопроектам, презентация результатов исследований в средствах массовой информации и органах власти, взаимодействие с прессой, организация торжественных встреч и приемов для представителей власти, опосредованный и прямой подкуп должностных лиц, интернет-технологии, рекламные технологии применительно к продвигаемым решениям и прочие. Все перечисленные технологии можно отнести к «стандартному набору» инструментов лоббиста.

Перед тем, как рассказать о несколько нетрадиционных технологий, отметим, что большинство лоббистов неохотно делятся тайнами своего ремесла. Почему лоббисты не хотят делятся технологиям? Ответ исключительно прост. Потому что исключено, чтобы кто-то обменял секрет эффективной схемы, позволяющей вырабатывать большие суммы денег на популярность, которая продлиться не долго. Вернёмся всё же непосредственно к технологиям:

Одной из технологий будет являться внедрение агентов влияния в структуры компаний-конкурентов и аппарат профильных ведомств. Этот тезис исходит из соображения, что любую систему, необходимо «минировать» подходящими для её управления людьми, для сохранения возможности дальнейшего контроля над системой принятия решений. Агенты влияния могут быть полезны и для навязывания повестки и регламента рассмотрения лоббируемых вопросов. Добиться этого можно вхождением в наблюдательные общественные органы при власти, либо имея в таких органах людей, которые убедят являться вашими представителями.

Ещё одна технология – это навязывание конкурентам заведомо неэффективных объектов лоббистского воздействия. Такой способ заставит их тратить свои ресурсы и приобретать имидж неэффективных лоббистов.

Ну и в заключении технология, суть которой в перетягивание субъектов политического процесса на свою сторону не только переговорами, но и силой

событий или обстоятельств. Соответственно, можно внушать эти события. То есть необходимо искусственно создавать локальные кризисы, которые подтолкнут лицо, принимающее решение, выбрать вариант решения проблемы, который нам необходим, кстати говоря, таким приёмом любят пользоваться Соединённые Штаты Америки в своей внешней политике.

Здесь необходимо понять следующее: эффективность лоббистской деятельности зависит от конкретной ситуации и индивидуального подхода.

Сталину говорил: «Нет такого буржуазного деятеля, которого нельзя подкупить. Необходимо разобраться чем именно. Для большинства – это деньги. Если он остался неподкупен, значит вы пожадничали. Но там, где все же не пройдут деньги, пройдет женщина. А где не пройдет женщина, там пройдет Маркс». Довольно верное замечание для работы лоббиста.

В условиях современной России мы выделили самые распространённые инструменты:

1. Рекрутование «своих» представителей во власть.
2. Коррумпирование должностных лиц.
3. Неформальные контакты.
4. Участие в работе политических и общественных организаций.
5. Покровительство чиновников.
6. Судебные процедуры.
7. Средства массовой информации

Но повторим – каждая конкретная ситуация является уникальной и способна расставить совершенно особый и разноплановый список приоритетов в выборе инструментов лоббирования.

Поговорим о роли лоббизма в развитии экономики и политики. На наш взгляд он играет сугубо отрицательную роль. Если мы будем говорить о экономики, то отметим, что лоббизм как явление противоречит принципам конкуренции, примеров масса. Так крупная Американская энергетическая компания «Энрон» пользуясь дружбой с властью бесконтрольно несколько десятков лет занималась финансовыми аферами, в том числе получая многомиллиардные заказы

от государства. А причина такой дружбы очень проста. Данная корпорация проплачивала избирательные компании кандидатов в президенты США, одним из которых был Буш младший. Известен и другой случай, когда в 1996 году группа крупнейших олигархов «скинулись» на президентскую компанию Ельцину, а после его победы принялись разворовывать остатки СССР. Оба примера являются не только примеры пагубного влияния на экономику, но и на политику. Вообще, лоббизм – это скорее термин политический, чем экономический, однако, он затрагивает обе сферы. С экономикой разобрались, перейдём к политике. Воспользуемся уже приведёнными примерами. В обоих случаях происходит нарушение принципа демократии и плюрализма, однако, страшнее всего то, что происходит развращение элиты, расцветает коррупция и бюрократизм, что собственно сегодня мы и видим в Российской экономике. Такие тенденции ведут к деградации общественного права, упадку благосостояния населения и в результате, как следствие, распаду государства. Исходя из вышесказанного, считаем, что лоббизм несёт колossalный ущерб для экономики и политики, и именно государство должно принимать меры по борьбе с этим явлением путём улучшения правовой базы, а также проводя мероприятия по оздоровлению элиты.

Список литературы

1. Кризис / А. Хинштейн, В. Мединский. – 2009. – 464 с.
2. Кризис. Оружие доллара / Н. Стариков.
3. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.stratagema.org>
4. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org>