

ФОРМЫ И МЕТОДЫ ЛОББИЗМА

Чирочкин А.И.¹, Поддубный С.И.², Кокшаров И.П.³

¹Чирочкин Алексей Игоревич – студент,
факультет политологии;

²Поддубный Сергей Игоревич – студент;

³Кокшаров Иван Павлович – студент,
факультет социологии,

Санкт-Петербургский государственный университет,
г. Санкт-Петербург

Аннотация: актуальность исследования состоит в том, что лоббизму в настоящее время уделяется большое внимание. Исследователи называют этот институт «третьей палатой парламента» или «пятой ветвью власти», так, по их мнению, лоббизм обладает реальной политической силой. В то же время лоббизм как явление проявляется очень различно: существует большое количество практик осуществления лоббистской деятельности. Некоторые из них нарушают права граждан и подрывают основы демократии. Именно поэтому было принято решение о том, что необходимо регулировать лоббистскую деятельность.

Объектом работы выступает структура правового регулирования лоббизма в зарубежной политической практике.

Предметом работы являются особенности различных моделей правового регулирования лоббистской деятельности.

Ключевые слова: лоббизм, формы лоббирования, методы лоббирования, внутренний лоббизм, внешний лоббизм, теневой лоббизм.

УДК: 328.184

В первую очередь, необходимо дать определение форме лоббистской деятельности как методу продвижения лоббизма в политике. Изучая систему форм лоббистской деятельности, следует обратить внимание на авторитетных авторов по данной тематике, которые выделяют две главные формы лоббистской деятельности в Российской Федерации:

1. Внутренний лоббизм. Осуществление лоббизма методом использования личных связей среди вышестоящих политиков. Человек, выступающий посредником между лоббистом и политиком, владеет теорией "Knowhow" (знать как) + "Knowwho" (знать того, кто именно может быть полезен). Данный тип продвижения лоббизма популярен во внутренней политической системе страны. Для других социальных групп, непричастных к политике, доступ к этому методу фактически закрыт.

2. Внешний лоббизм. Данный вид коммуникации подразумевает использование СМИ для продвижения лоббизма. Он представляет собой влияние на политические институты государства, путем формирования положительного имиджа определённой заинтересованной группы через средства массовой информации. Главной проблемой является тот факт, что большинство СМИ прямо или косвенно контролируются государством и осуществляют продвижение интересов действующих элит во власти и создание мнимой поддержки народом действий властей [1].

Авторитетный российский исследователь лоббизма Кучеров предлагает следующие формы продвижения лоббизма:

1. Информационные контакты для осуществления лоббизма в устном, письменном, электронном и других видах коммуникаций.

2. Оказание давления, путем проявления гражданской активности в государстве, а также через различные организации или путем прямого обращения к органам государственной власти.

3. Обмен или сделка между лоббирующим лицом и представителями власти или подконтрольными государству организациями. Данная форма лоббизма проявляется чаще всего в виде взятки высшим должностным лицам для продвижения личных или групповых интересов.

Данные формы осуществления лоббистской деятельности имеют различные последствия для государства с одной стороны, и для общества, с другой. Каждая из форм имеет как положительные, так и отрицательные последствия [2].

Не менее авторитетный исследователь в области лоббизма, Любимов, предлагает иную классификацию форм лоббизма:

1. Парламентский лоббизм с привлечением депутатов с одной, и общества с другой стороны.

2. Политические торги - реализация интересов путём нахождения компромисса между сторонами.

3. Теневые соглашения, весьма распространённые в РФ. В среде политической нестабильности наиболее приемлемыми представляются механизмы теневого давления.

4. Теневое давление, целью которого, прежде всего, является усиление некоего психологического давления через СМИ для обеспечения поддержки определённого требования [3].

Далее мы рассмотрим методы лоббизма, которые, по большей части, определяются его существующими формами.

Авторитетный политолог Толстых разделяет лоббизм с точки зрения его законности:

1. «Цивилизованная форма лоббизма» (в области правового соблюдения)

Основные методы: создание групп по интересам, прямые обращения в адрес правительства, создание петиций, социальные протесты и т.д.

2. Теневой или окологосударственный лоббизм (использование определённых лазеек в законодательстве государства).

Данный метод характерен для многих стран, в том числе и России.

3. Криминальный лоббизм (злостное нарушение законов страны).

К этому методу относятся незаконные пути продвижения лоббизма, среди которых наиболее распространены коррупционные преступления, противоправное давление (рэкет, шантаж и т.д.)

По мнению другого отечественного исследователя, лоббизм также характеризуется по степени жесткости. К более грубым методам относятся обман, дача взяток, незаконные торги и другое. К мягким методам относятся формирование нужного общественного мнения через средства массовой информации, проведение социологических исследований, результаты которых трудно как подтвердить, так и опровергнуть и т.д. По мнению нынешних исследователей, создание необходимого образа для продвижения лоббистских интересов является наиболее эффективным способом склонения общества в нужное русло.

В целом, лоббисты довольно эффективно налаживают нужное взаимодействие с представителями власти, в том числе, путём проведения мероприятий по привлечению электората с целью поддержки, и, возможно, финансирования нужных политических программ, конкретных лиц и т.д. [4].

В этой главе были рассмотрены несколько определений понятия «лоббизм» и выявлено самое оптимальное определение в рамках правового регулирования лоббистской деятельности. Также были изучены группы интересов, их специфика, роль в лоббизме, обозначены их признаки и отличие от политических партий. Наконец, были рассмотрены виды лоббизма, его формы и методы, которые могут быть использованы, исходя из форм лоббирования.

Список литературы

1. *Latham E.* The group basis of politics: Notes for a theory // American Political Science Review, 1952. Т. 46. № 2. С. 376-397.
2. *Кучеров А.Л.* Правовое регулирование лоббистской деятельности в РФ // Государственная власть и местное самоуправление в РФ: система, опыт, перспективы. М., 1998. С. 16.
3. *Любимов А.П.* Лоббизм как конституционно-правовой институт. М., 1998. С. 30.
4. *Малютин М.В.* Кто такие лоббисты? Сама власть. // Бизнес и политика, 1995. № 5. С. 56.