

Понятие и сущность цивилизованного и нецивилизованного лоббизма
Черезова Алина Сергеевна

Студент

*МГУ - Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова,
Социологический факультет, Москва, Россия
E-mail: alina_cherezova_@mail.ru*

Тема лоббизма весьма актуальна в настоящее время. Она носит междисциплинарный характер, поэтому вызывает интерес у представителей различных сфер деятельности: экономистов, предпринимателей, социологов, юристов, политиков и т.д. Лоббизм – институт продвижения интересов частных лиц или корпоративных структур в органах государственной власти, целью деятельности которого является принятие объектом лоббизма выгодного для субъекта лоббизма политического решения.

Понятие лоббизм в настоящее время ассоциируется с коррупцией, с серыми схемами взаимодействия бизнеса и власти, поэтому встает вопрос о таких понятиях как цивилизованный и нецивилизованный лоббизм, о сущности и формах проявления данных понятий. Так же возникает вопрос о состоянии лоббизма в России на сегодняшний день, об уровне его цивилизованности. Данные вопросы будут освещены в нашем исследовании.

Лоббизм существует во многих странах, но его степень влияния и особенности функционирования зависят от политической системы и особенностей каналов взаимосвязи государства и общества. Соответственно, если в одних странах лоббизм признается на официальном уровне и становится формальным институтом, то в других - игнорируется властями, поэтому существует как неформальная практика.

В нашем исследовании мы определили термин «цивилизованный лоббизм» как институт продвижения интересов групп в органах государственной власти, не противоречащий нормам российского законодательства и включенный в механизм взаимодействия гражданского общества и государства. Цивилизованный лоббизм подразумевает, что каждый существующий частный интерес должен иметь равные права, доступ и влияние на деятельность уполномоченных органов власти.

Если лоббизм не регламентирован конкретными нормами или законами, и существует запрет на лоббистскую деятельность, то лоббисты ищут неформальные механизмы воздействия на органы власти, а лоббизм приобретает нецивилизованные формы и выступает неформальным институтом продвижения интересов социальных групп в органах государственной власти. Такая ситуация в настоящее время характерна для России. Нецивилизованный лоббизм способствует развитию коррупционных процессов, криминализации социальных и политических институтов.

Из анализа примеров реальных лоббистских кампаний, проводимых в России, можно увидеть, что теневые формы лоббизма в России существуют и применяются довольно активно. В целях реализации частных интересов на уровне органов исполнительной власти зачастую наблюдаются случаи проявления коррупции. Это относится и к таким мероприятиям как конкурсы и аукционы, победители которых получают доступ к публичным ресурсам. Власти предлагают несколько вариантов решения возникшей

проблемы: более строгий контроль финансовой отчетности о благосостоянии чиновников и членов их семьи; ужесточение принимаемых мер юридической ответственности за должностные проступки и преступления; пересмотр и корректировка запретов в области перехода кадров из власти в бизнес[1].

[1] Васильева С., «Цивилизованный лоббизм – средство или следствие борьбы с коррупцией?» // Институт права и публичной политики? Сравнительное конституционное обозрение №4 (65) 2008. С.115

Литература

1. Бизнес и власть в России: теория и практика взаимодействия / науч. ред. и рук. авт. колл. А. Н. Шохин. М.: НИУ ВШЭ, 2011.
2. Васильева С., «Цивилизованный лоббизм – средство или следствие борьбы с коррупцией?» // Институт права и публичной политики? Сравнительное конституционное обозрение №4 (65) 2008.
3. Профессиональный словарь лоббистской деятельности (составитель П.А. Толстых) // Центр по изучению проблем взаимодействия бизнеса и власти, Москва, 2009-2010.
4. Толмачева Ирина. Лоббизм по-русски. Между бизнесом и властью.-М.: ИД «Коммерсантъ», «ЭКСМО», 2012.
5. www.lobbying.ru (Российский профессиональный портал о лоббизме и GR).