

УДК 662.642: 621.926.7

Д.В.Шевела (4 курс, каф. телематики), А.Г.Танова, к.с.н., доц.

РОЛЬ ЛОББИЗМА В ПОЛИТИЧЕСКОЙ ЖИЗНИ СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

Из средневековой латыни пришло в английский язык слово “лобби”. Первоначально оно употреблялось для обозначения проходов или крытых галерей в монастырях, а в XVII веке так называли коридоры и вестибюль в британском парламенте, где голосовали депутаты и где они имели возможность встречаться с заинтересованными в их деятельности лицами. Можно предположить, что последние стали предшественниками современных лоббистов. В современном политическом значении слово “лобби” и его производные – “лоббист”, “лоббизм”, “лоббировать” стали использоваться с середины XIX века [1].

Лоббизм понимается как система и практика реализации интересов различных групп (союзов и объединений) граждан путем организованного воздействия на законодательную и административную деятельность государственных органов [2].

Существуют различные критерии и варианты классификации лоббистской деятельности. В российской экономике действуют четыре основные группы лоббистов – “политизированные”, социальные, экономические, региональные [3].

“Политизированная” группа – это группировки бизнеса и его политических представителей, которые добиваются политического влияния через участие в выборах и прямо вовлечены в политическую борьбу.

Социальная группа включает профсоюзные организации и другие добровольные объединения, защищающие интересы социальных групп (женские, молодёжные, экологические, ветеранские).

Под экономической группой лоббистов понимаются финансово-промышленные группы, корпорации, отраслевые комплексы. Среди последних можно отметить банковский, автомобильный, аграрный, военно-промышленный, строительный, угольный, химический, а также комплексы крупных государственных и малых предприятий.

Региональная группа отстаивает интересы регионов России. Существуют региональные лоббисты, обладающие большими возможностями диктовать свои условия центру. Речь идёт о тех регионах, в которых базируются жизненно важные для экономики страны предприятия и службы (нефтегазовые, транспортные) или находятся потенциально опасные зоны конфликтов.

Как и в большинстве других стран, основными объектами лоббистского воздействия в России являются органы государства, наделённые властными административными полномочиями. В современной России, переживающей период радикальных социально-экономических преобразований, можно отметить следующие характерные особенности представления интересов через заинтересованные группы и лоббистскую деятельность:

1) механизмы представительства интересов до конца не сформированы и не оказывают значительного влияния на принимаемые властью решения – советы и палаты при президенте и правительстве (Совет по предпринимательству, Торгово-промышленная палата) не играют значительной роли, официальные профсоюзы не являются защитником интересов трудящихся;

2) интересы различных слоёв населения часто контролируются влиятельными лицами, при этом влиятельные региональные руководители, государственные чиновники или организованные криминальные структуры берут под свою опеку целые социальные слои, добиваясь от них абсолютной поддержки (феномен клиентелы);

3) реализация интересов различных групп сводится к стихийному и нерегулируемому лоббизму, который осуществляется административными органами, консультативными структурами, фракциями парламента;

4) лоббирование преимущественно осуществляется в пользу крупного капитала (финансовой олигархии), связанного с теми или иными крупными правительственными чиновниками (“семибанкирщина”);

5) сформировалась своеобразная лоббистская иерархия, которая делит все заинтересованные группы и представляющих их лоббистов на “привилегированных” и “непривилегированных”. К первым относятся газовое, нефтяное и банковское лобби. Ко вторым, не имеющим каналов влияния, значительной государственной поддержки и льгот от правительства, принадлежат сегодня военное, аграрное, а также лобби, представляющие интересы национального капитала и отечественного производителя (Российский союз промышленников и предпринимателей, Федерация товаропроизводителей России);

6) под давлением лоббистов правительство России не проводит политику в интересах государства и большинства населения.

К отрицательным моментам лоббизма можно отнести: 1) создание препятствий государственной деятельности, связанное с постоянным перераспределением бюджета; 2) опасность для демократических основ общества вследствие негласного, незаконного влияния отдельных групп на общественные интересы; 3) наибольший удельный вес экономических субъектов лоббирования по сравнению с другими группами интересов приводит к социальной напряженности; 4) субъективное изложение информации, предоставляемой государственным органам.

Среди позитивных черт данного явления можно отметить: 1) придание органам государственной власти большей гибкости путем оказания влияния на принятие государственных решений; 2) развитие демократических традиций, реализацию конституционных прав граждан на участие в управлении государственными делами, поддержку или оппозицию со стороны общественности законопроектам; 3) сохранение равновесия в обществе, достижение компромиссов между различными субъектами лоббирования; 4) придание интересам различных групп большей значимости и актуальности.

Становление лоббизма в постперестроечный период, во время краха системы планового хозяйства превратило самих лоббистов в полноправных участников политического процесса.

Возникает перспектива расширения и обогащения инструментария лоббистов за счет разнообразия технологических систем. Сейчас можно говорить о развитой системе лоббистских структур, которым уготовано, по-видимому, долгое существование.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Зяблук Н.Г. США: экономика, политика, идеология. 1995. №1. С. 51-56.
2. Лоббизм в России: этапы большого пути // Социологические исследования. 1996. №3, №4. С. 3-5.
3. Перегудов С., Семенов И. Мировая экономика и международные отношения. 1996. №9. С. 28-42.