

УДК 323.2

*Гребенищикова А.С.*

*студент*

*4 курс, факультет «Корпоративной экономики  
и предпринимательства»*

*Новосибирский государственный университет*

*экономики и управления «НГУЭУ»,*

*Россия, г. Новосибирск*

*Научный руководитель: Плюснина Л.К.*

*доктор социологических наук,*

*кандидат экономических наук, доцент*

## **«ОСОБЕННОСТИ, ТЕНДЕНЦИИ И ПРОБЛЕМЫ ЛОББИЗМА В РОССИИ»**

*Аннотация:* Статья посвящена раскрытию сущности лоббизма в современной России, а также выявлению особенностей и тенденций его развития. Подробно рассматривается современное состояние политического лоббизма, а также анализируются проблемы и перспективы развития данного вида политической деятельности в России.

*Ключевые слова:* лоббизм, плюрализация, фаворитизм, открытое давление на органы власти, закрытая работа с чиновниками, давление на чиновников, плюралистический подход, корпоративистский подход.

*Grebenshchikova A.S.*

*4rd year student*

*faculty of «Corporate economy and entrepreneurship»*

*Novosibirsk State University*

*of Economics and Management «NSUEM»  
Russia, Novosibirsk  
Supervisor: L. K. Plyusnina,  
doctor of sociology,  
candidate of economic Sciences, associate Professor*

**«FEATURES, TRENDS AND PROBLEMS OF LOBBYING  
IN RUSSIA»**

***Abstract:** The article is devoted to revealing the essence of lobbying in modern Russia, as well as identifying the features and trends of its development. The current state of political lobbying is considered in detail, as well as the problems and prospects of development of this type of political activity in Russia are analyzed.*

***Key words:** lobbying, pluralization, favoritism, open pressure on the authorities, closed the work with the officials, pressure on the officials, the pluralist approach, the corporatist approach.*

Лоббизм и активность групп интересов – это важнейшие явления политического процесса любой страны. Сегодня с уверенностью можно утверждать, что лоббизм превратился в глобальную политическую практику. При этом факторы, определяющие особенности лоббирования в каждой конкретной стране, значительно отличаются друг от друга, и создают уникальные условия для существования этого общественно-политического института.

Термин «лоббизм» происходит от английского слова «lobby», что означает: кулуары, коридор или вестибюль. Лоббизм – это влиятельное давление на органы государственной власти со стороны определенных общественно-политических групп, частных лиц, либо коммерческих

организаций, целью которого является принятие выгодных им политических решений.

История лоббизма начинается с тех времен, когда в кулуарах английского парламента представители заинтересованных групп вели переговоры с Парламентариями о принятии того или иного закона, что довольно часто сопровождалось их подкупом. Со временем лоббизм приобрел более цивилизованные формы: в 1946 в США был принят «закон о лобби», согласно которому лоббист мог зарегистрироваться официально и таким образом, вести свою деятельность уже на легальном основании.

Лоббизм имеет три основные формы:

1. *Открытое давление на органы власти при помощи организации массовых писем и петиций.* Такая форма осуществляется общественно-политическими движениями, а также партиями.

2. *Закрывтая работа с чиновниками.* Для такого типа характерно участие довольно большого числа различных консультантов и экспертов.

3. *Оказание давления на чиновников с целью принятия ими выгодного для лоббиста решения (обычно это подкуп или шантаж, имеющий незаконный характер).*

Теперь рассмотрим два основных и главных подхода к лоббистской деятельности как в России, так и за рубежом.

1. *Плюралистический подход* – группы давления образуются быстро, спонтанно. Они многочисленны и имеют различные интересы. Вступают между собой в конкурентную борьбу за право получить тот или иной ресурс.

Суть плюралистического лоббирования – свободная конкуренция между группами давления при продвижении своих интересов в органах власти.

2. *Корпоративистский подход* – это такая система представительства интересов, составные части которой располагаются иерархично и различаются своими функциями. Государство здесь рассматривается в

качестве главного инструмента выявления интересов и сплочения вокруг этих интересов значимых групп общественности. В такой системе государство само отбирает группу интересов и наделяет ее определенными правами и ресурсами.

Что касается лоббизма в России, очень важным аспектом можно назвать то, что в российской политической культуре лоббизм чаще всего интерпретируется в негативном смысле, и до сих пор не приняты законы о лоббистской деятельности. В России отсутствие закона о лоббизме понижает возможности общества контролировать его, устранять негативные стороны. Также российскому обществу присущ и своего рода «криминальный лоббизм». Лоббируемой базой в таком случае становятся самые разные интересы: региональные, культурные, национальные и любые другие, которые отражаются в экономическом либо политическом интересе.

Лоббизм в России достаточно открыт, он постоянно меняется и трансформируется. Наблюдаемые в нем изменения и динамика развития открывают следующие наиболее существенные тенденции его развития:

- поступательная плюрализация лоббизма;
- усиление регионального лоббирования;
- значительная подверженность палат Федерального Собрания давлению со стороны Администрации Президента России, а также правительства;
- фаворитизм и усиление бюрократически-административных методов в процессе законотворчества, вызванные отсутствием реальных правовых механизмов в согласовании групповых интересов.

Что касается проблем лоббизма в России, сразу следует сказать о том, что практически полное отсутствие цивилизованной лоббистской деятельности происходит из-за острого отсутствия опыта

парламентской деятельности у Российских законодателей, а также существующей практикой правительственного лоббизма, за которым стоят определенные группы давления на принятие парламентом Российской Федерации того или иного закона. Отсутствие законодательной базы для лоббистской деятельности можно объяснить самим конституционным устройством политической системы России, где исполнительная власть занимает гораздо более выгодные и решающие позиции, чем представительная. Это, в свою очередь, приводит к тому, что разные группы давления могут лоббировать принятие тех или иных государственных решений только с поддержкой системы исполнительной власти, тем самым усиливая ее и без того сильную позицию.

Подводя итог следует заострить внимание на том, что для придания у лоббизму в России цивилизованных форм, необходимо совершить ряд определенных комплексных действий, а именно: укрепить всю государственную систему, сформировать гражданское общество, что позволит создать институты, которые ограничивали бы деятельность корпоративных монопольных структур рамками закона, сформировать системы социального партнерства, наладить современные и цивилизованные взаимоотношения между бизнесом, государством и обществом.

**Использованные источники:**

1. Арановский, К.В. Конституционная традиция в российской среде / К.В. Арановский, СПб.: Издательство «Юридический центр Пресс», – 2013. – 658 с.
2. Любимов, А.П. Классификация видов лоббизма / А.П. Любимов. М.: АНО и КиАЦ, – 2013. – 347 с.
3. Нещадин, А.А., Толстых, П.А. Лоббизм: профессиональный опыт / П.А. Толстых // Капитал и Право. – 2015. – № 7.