

Секция «Особенности политического участия в цифровую эпоху»

## Лоббизм как форма политического участия в цифровую эпоху: опыт России и Украины

Научный руководитель – Черкашин Кирилл Валерьевич

*Осипова Наталия Александровна*

*Аспирант*

Донецкий национальный университет, Исторический факультет, Кафедра политологии и государственного управления, Донецк, Украина

*E-mail: peacock\_natali@list.ru*

По мере расширения масштабов идей демократизации, проникновения глобализации, информационных технологий, увеличения количества участников политического процесса значительных изменений претерпевают семантические границы дефиниций «лобби» и однокоренных, набор выполняемых функции, технологии и отношение к лоббизму.

Цель исследования - определить тенденции развития лоббизма в постсоветских Украине и России. Метод - бинарное темпоральное синхронное сравнение по принципу максимального различия систем. Индикаторы анализа: функциональное поле, объекты, технологии и отношение в обществе к лоббизму.

Помимо агрегации (обобщение), артикуляции (выделение и формулирование социальных желаний, ожиданий, эмоций в рациональные политические требования) и отстаивания интересов появился ряд других функций. В частности, российский исследователь А.С. Семченко к направлениям деятельности современного лоббизма отнес: 1) медиацию и демократическое представительство, 2) организацию и мобилизацию общественности, 3) контроль государственных решений со стороны гражданского общества [2]. Первая функция сводится преимущественно к налаживанию коммуникации между группами интересов и властью. Вторая - осуществляется через различные формы политического участия (как конвенционального, так и неконвенционального). Третья предусматривает регулирование процесса принятия властных решений через мониторинг, аудит, корректирование и защиту.

В современных России и Украине, по мнению автора, одними из ведущих функций лоббизма являются компенсационная и прогностическая. Компенсирование заключается в изменении невыгодных существующих или вновь принятых норм, а также определение ответственного за процедуру разработки и корректировки субъекта принятия решения (СПР). Прогностическая - в предвидении и минимизации политических рисков.

Начиная с середины 1990-х годов продолжается девальвирование роли парламента как эффективного СПР в России. Основная причина - рамочный характер законов, при котором конкретный алгоритм и выделяемые ресурсы прописываются правительством, а не законодательным органом. Таким образом, произошло смещение центра принятия решений, а следовательно, и объекта лоббирования, в сторону администрации президента и конкретных министерств.

Несмотря на парламентско-президентскую форму правления, в Украине также происходит концентрирование процесса принятия решений вокруг института президента. Подтверждением данной тенденции является низкий уровень эффективности Верховной Рады Украины. Из рекордного среди европейских стран количества поданных законопроектов украинским парламентом VIII созыва за три года каденции (10,7 тыс.), только 12% стали законами.

В переходных системах преимущественно используются методы прямого теневого межличностного взаимодействия. Под влиянием диджитализации расширяется инструментарий лоббирования. Актуальность приобретает влияние на психологическое восприятие и

поведение СПР, а значит - косвенные технологии. Ведется систематическая деятельность по формированию необходимого информационного поля для мобилизации общественного мнения. Согласно данной цели российский ученый А.В. Павроз к технологиям непрямого лоббирования относит развернутую аргументацию, вознаграждение и похвалу, принуждение и наказание, массовую мобилизацию, проведение кампаний по развитию общественных связей (public relations). Такие технологии можно отнести к «классическим». При этом эффективное лоббирование включает информирование, создание коалиций и вовлечение широкой общественности [4].

По мнению автора, также заслуживают внимания достаточно новые для России и Украины косвенные технологии: grassroots и противоположная ей по природе происхождения astroturfing, использование РА (public advocacy) кампаний, социологических исследований, рейтингов, фандрайзинга, кинематографа, media-jacking («медиа перехват»).

Для всестороннего анализа важно учитывать отношение к лоббизму в научной среде и обществе. В 70-80-х гг. XX веке в советских словарях и энциклопедиях к сфере «лобби» относили в основном агентства крупных монополий, существующих при законодательных органах США. Характер деятельности описывали преимущественно через негативные коннотации: «... оказывающие прямое давление (вплоть до подкупа) на законодателей и государственных чиновников в интересах этих компаний» [3].

В октябре-ноябре 2017 года социологической компанией R&V Group при участии автора по заказу компании SIC Group было проведено первое в истории Украины исследование понимания обществом практик лоббизма и адвокации. Около четверти респондентов отнесли данную форму политического участия к коррупционной деятельности или легализованной коррупции. Для 30% респондентов лоббизм - цивилизованный и открытый способ влияния на власть. При этом большинство не смогли ответить на данный вопрос, а также не знают, что означают понятия «лоббизм» и «адвокация» [5].

К специфике лоббирования в современной России можно отнести персональный, а не групповой уровень международного лоббизма, а также отсутствие цивилизованной его формы (не столько его юридическое закрепление, сколько «следование правилам игры и четкое осознание корпоративного интереса») [1].

Сложность демаркации лоббизма и коррупции не является чертой исключительно постсоветского пространства. В информационное поле периодически попадают скандалы в странах запада относительно нелегальных методов продвижения интересов.

Мимикрия модели лоббизма западного образца для постсоветских систем приводит к значительным отклонениям от истинной сути данного политического института. Ощущается необходимость перманентного научного анализа реальных практик и выработки национальных стабилизирующих, а не деструктивных моделей лоббирования в политических системах современных Украины и России.

### Источники и литература

- 1) Бинецкий А.Э. Лоббизм в современном мире. М.: ТЕИС, 2004. – 247 с.
- 2) Семченко А.С. Взаимоотношения с государственными структурами и технологии лоббирования: учеб. пособ. / Московский гос. университет путей сообщения императора Николая II. – М.: МАКС Пресс, 2017. – 125 с.
- 3) Советский энциклопедический словарь / Гл. ред. А.М. Прохоров, 1987. – 1600 с.
- 4) Павроз А.В. Группы интересов и лоббизм в политике: уч. пособ. – СПб: Из-во С.-Петербург. ун-та, 2006. – 186 с.

- 5) Як українці ставляться до адвокації та лобізму. Офіційний сайт Research & Branding Group: <http://rb.com.ua/rus/projects/omnibus/9212/>