

Секция «Политическая компаративистика в МГУ и других учебных и научных учреждениях России»

Модели институционализации лоббизма в современном мире: к некоторым вопросам теоретической аргументации

Научный руководитель – Абрамов Андрей Вячеславович

Осипова Наталья Александровна

Аспирант

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет политологии, Кафедра сравнительной политологии, Москва, Россия

E-mail: 080862@bk.ru

Лоббирование играет важную роль в государственном управлении, поскольку позволяет отдельным лицам и заинтересованным группам влиять на принятие политических решений. В западной и отечественной политической науке выделяют различные модели институционализации лоббизма, каждая из которых обладает уникальными характеристиками. Целью данной работы является сравнительный анализ моделей лоббирования, оценка степени их соответствия реальной политической практике. Рассмотрим эти модели.

Сторонники *элитарной модели* исходят из того, что власть сосредоточена в руках нескольких влиятельных элит, взаимодействие которых определяет те или иные политические решения. В соответствии с этой моделью, лоббистские усилия в первую очередь сконцентрированы на таких элитных группировках, как высокопоставленные правительственные чиновники или лица, принимающие ключевые решения. Заинтересованные группы, не располагающие значительными ресурсами или связями «в верхах», могут столкнуться с значительными сложностями при оказании влияния на результаты политики. Фактически лоббизм становится инструментом крупных или состоятельных акторов, которые связаны или входят в число властвующей элиты. Согласно теории Ч. Миллса, к правящей элите, выполняющей, соответственно, и функции «внутренних лоббистов», относят военных, финансистов и профессиональных политиков [4, с. 26].

Плюралистическая модель предполагает конкуренцию между различными заинтересованными группами, отстаивающими различные общественные ценности и интересы. В рамках данной модели возможности влияния имеются у нескольких групп, а правительство пытается выступать в качестве арбитра между ними. Лоббистские усилия рассматриваются как необходимая и законная часть демократического процесса, при этом используемые технологии и методы лоббирования нередко нарушают закон.

Корпоративистская модель подразумевает, что группы интересов воспринимаются как структурированные и институционализированные организации, которые тесно сотрудничают с властями в разработке политики и нормотворчестве. Вместо конкуренции между государством и группами интересов существуют отношения сотрудничества. Лоббисты рассматриваются как представители общественных секторов или отраслей экономики. Влияние определяется их опытом и организационным потенциалом. При этом методы достижения лоббистами целей могут быть достаточно жесткими (например, забастовки). Представители профсоюзов, ассоциаций работодателей и других ключевых групп по интересам ведут переговоры с правительством о политике, затрагивающей их соответствующие секторы, стремясь достичь консенсуса [7].

Модель, основанная на проблемах, подчеркивает важность конкретных политических вопросов, а не общей динамики взаимоотношений между заинтересованными группами и элитой. Усилия по лоббированию «привязаны» к конкретной политической повестке дня, направленной на повышение осведомленности и влияние на лиц, принимающих решения

по конкретному вопросу. Группы интересов в определенные периоды и по конкретным вопросам могут создавать коалиции или альянсы с организациями-единомышленниками, чтобы усилить свое влияние [6].

Гибридная модель институционализации лоббирования часто предполагает комбинацию стратегий и подходов в зависимости от контекста. Заинтересованные группы могут использовать разные сценарии в зависимости от рассматриваемого вопроса или конкретных целей, которых они хотят достичь [9]. Заинтересованные группы и организации свободны заниматься лоббистской деятельностью (как при плюралистической модели), однако они также участвуют в официальных консультациях и переговорах с правительством по конкретным вопросам, что напоминает определенные аспекты корпоративистской модели.

Важно отметить, что выделенные выше модели являются идеальными типами. Реальная институционализация лоббизма зависит от конкретного политического и культурного контекста и может включать элементы различных моделей. Доказательством этого служат дискуссии учёных о лоббизме в конкретных странах. Так отечественные политологи определяют модель лоббизма в России как гибридную [1;3;5]. Мнение профессора Т. Фрая (США) иное. Он полагает, что в России сложилась элитарная модель [8]. В свою очередь, одни исследователи относят лоббистскую практику в США к плюралистической модели [9; 7], а другие – к элитарной [4]. Корпоративистская модель, по мнению исследователей, лучше всего описывает лоббизм в ФРГ и странах Европы, где группы интересов организованы в формальные иерархические структуры [7]. Однако, по Д. Халпину и Б. Фрауссену, практика лоббирования в Великобритании тяготеет к гибриднему типу, т.е. включает в себя черты как плюралистической, так и корпоративистской моделей [9]. Примером модели, основанной на проблемах, называют Австралию, где различные заинтересованные группы влияют на решение конкретных вопросов в области экологической, социальной, экономической политики [6] и т.д и т.п.

Очевидно, что для того, чтобы описать процесс институционализации лоббирования во всей его сложности и противоречивости следует использовать разные теоретические схемы.

Источники и литература

- 1) Ачкасова В., Минтусов И., Филатова О. GR и лоббизм. Теория и технологии. М.: Юрайт, 2015, 438 с.
- 2) Байков А.А., Сушенцов А.А. Страновые особенности лоббизма в США и Японии // Международные процессы. 2010. Т. 8. №2 (23).
- 3) Каневский П.С. Национальные модели лоббизма: типы и механизмы функционирования // Вестник Московского университета. Сер. 18. Социология и политология. 2013. №3.
- 4) Миллс Р. Властвующая элита / пер. с англ. М.: Иностранная литература, 1959. 453с.
- 5) Перегудов С.П. Политическая система России в мировом контексте: институты и механизмы взаимодействия. М.: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2011. 431 с.
- 6) Bromley, R., & Mackie, T. T. (2009). Cracks in the crystal ball: Lobbying, public affairs and the politics of prediction. M-EUP.
- 7) Cawson, A. (2004). Corporatism and comparative politics: Issues and concepts. Routledge.
- 8) Frye, T. Capture of exchange? Business Lobbying in Russia // Europe-Asia Studies, Vol.54, No7, 2002, p 1017 – 1036

- 9) Halpin, D. R., & Fraussen, B. (2017). Interest groups and lobbying: Pursuing political interests in America. Westview Press.
- 10) Truman, D. B. (1951). The Governmental Process: Political Interests and Public Opinion. Alfred A. Knopf.