

Лоббизм



Лоббизм (англ. lobbyism, от англ. lobby — кулуары) — давление на парламентариев путём личного или письменного обращения либо другим способом (организации массовых петиций, потока писем, публикаций, подкупом) со стороны каких-либо групп или частных лиц, цель которого — добиться принятия или отклонения законопроекта.

Лоббизм (то же что и "лоббирование") — институт политической системы, представляющий собой процесс по продвижению интересов частных лиц, корпоративных структур (а также представляющих их профессиональных лоббистских фирм и общественных организаций) в органах государственной власти, с целью добиться принятия выгодного для них политического решения.

Два события произошли одновременно.

Первое: Дмитрий Медведев поручил министерству экономического развития совместно с другими заинтересованными ведомствами организовать общественное обсуждение механизма формирования в России института лоббизма и до 1 декабря 2012 года подготовить конкретные предложения.

И второе: Алексей Кудрин известил о намерении создать фонд гражданских инициатив. Этот фонд, по его мнению, может стать звеном, способным связать гражданское общество и власть путем выдвигаемых снизу предложений по совершенствованию законодательства.

В странах с развитым институтом лоббизма, например в США и ЕС, определения понятий приводятся в нормативных актах, регулирующих данный вид деятельности. В США это Lobbying Disclosure Act 1995 года, в Евросоюзе — European Transparency Initiative 2007 года. В этих документах «лоббизм» — инструментальный термин, описывающий правила взаимодействия между представителями групп интересов и органами государственной власти. В России же такие понятия, как «лоббизм» и «лоббист», пока существуют скорее на уровне общественного сознания и не имеют административно-правовой основы.

Главное в работе лоббиста — умение работать с информацией и взаимодействовать с людьми. Поэтому каждый лоббист знает, что:

1ое условие успеха — умение добывать информацию и анализировать ее.

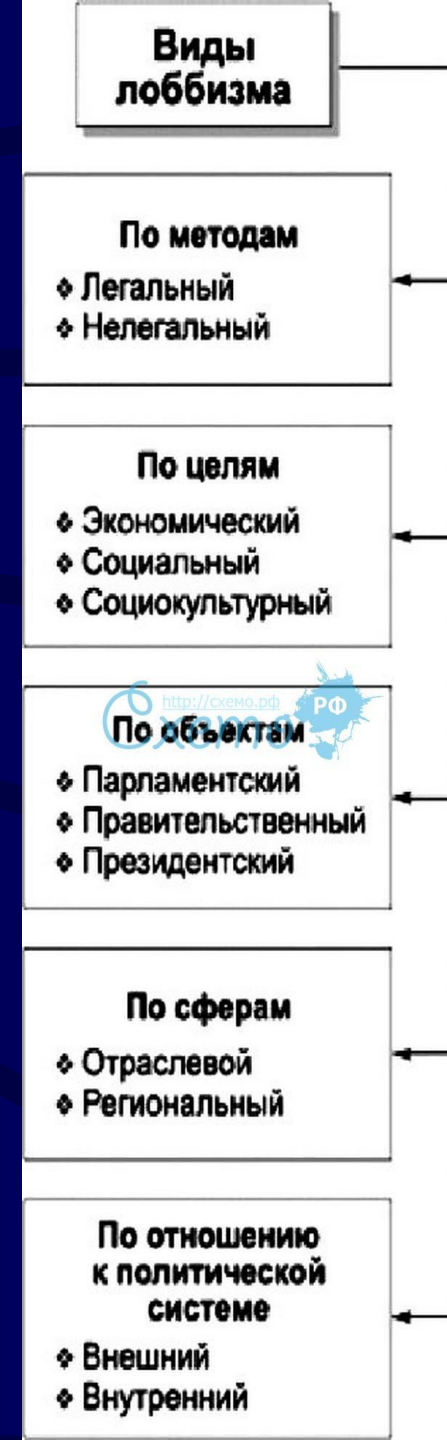
2ое условие успеха — способность вызывать в людях доверие и расположение.

3е условие успеха — коммуникабельность и мобильность.

4ое условие успеха — способность к мимикрии (у некоторых животных и растений: сходство окраски и формы с окружающей средой, способствующее им в борьбе за существование) .

Две модели лоббизма

- плюралистический (англо-саксонский);
- корпоративистский (европейский или континентальный).



Сегодня лоббизм делится на:

- формальный (законодательно регулируется);
- неформальный.

Формы (технологии) лоббизма:

- через мобилизацию общественного мнения;
- использование избирательных компаний ;
- использование формальных контактов;
- использование неформальных контактов.

Типы лоббизма:

1. Политизированные - группировки бизнеса и его политических представителей, которые добиваются политического влияния через участие в выборах и прямо вовлечены в политическую борьбу.
2. Социальные - добровольные организации, защищающие интересы социальных групп.

Типы лоббизма:

3. Экономические – финансово-промышленные группы, корпорации и отраслевые комплексы.

Исполнительная власть представляет наибольший интерес для крупнейших отраслевых групп давления, ищущих пути воздействия на практическую политику.

4. Региональные - лоббисты, отстаивающие интересы регионов в Совете Федерации и в других органах власти.

Спасибо за внимание!!!

