

УДК 352

Колобылина Наталья Александровна, магистрант направления государственное и муниципальное управление, Курский государственный университет
e-mail:colobylina.nata@yandex.ru

ТЕХНОЛОГИИ ИНФОРМАЦИОННОГО ЛОББИЗМА В РЕГИОНАЛЬНОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Аннотация: в статье рассматриваются теоретические аспекты лоббизма в региональном политическом пространстве. Раскрывается понятие информационного лоббизма. Затрагиваются актуальные вопросы лоббирования в органах власти на современном этапе развития.

Ключевые слова: информационный лоббизм, политические коммуникации.

Kolobylina Natalia Alexandrovna, undergraduates of the direction State and municipal management, Kursk State University
e-mail:colobylina.nata@yandex.ru

TECHNOLOGIES OF INFORMATION LOBBYISM IN REGIONAL POLITICAL SPACE

Summary: in article theoretical aspects of lobbyism in regional political space are considered. The concept of information lobbyism reveals. Topical issues of lobbying in authorities at the present stage of development are raised.

Key words: information lobbyism, political communications.

Рассматривание лоббизма как образа политической коммуникации символизирует собой новизну направления политологического анализа. С целью его обозначения А.И. Соловьевым, В.В. Егоровым, был применен термин «информационный лоббизм», подразумеваемое действия групп давления по проявлению воздействия на лиц, принимающих решения в рамках органов правления, реализуемая посредством организации коммуникативных процессов между принимающими участие, взаимосвязь для того чтобы выявить нужную альтернативу решения в пользу увлеченных лиц. Это образ политической коммуникации, нацеленный на приобретение государственного урегулирования в пользу политического субъекта на основе явных и неявных, через средства массовой информации (далее – СМИ) способов передачи государственной информации [5].

Уникальность информационного лоббизма заключается в коммуникациях, т.к. он базируется по большей своей части на проявлении влияния и взаимном согласии. Преимущественно явно информационная особенность лоббизма выделяется в последний период, когда изменения

политических процессов поставили коммуникацию на первое место в политике, и есть ее инструмент самопрезентации.

Политическая коммуникация подразумевает устройство передачи политического материала, при которой движение идет не только между частями политической системы, но и между политическими общественными подсистемами [3].

Информационный лоббизм в некой мере является продуктом, применяющим возможности СМИ с целью воздействия целиком на власть. Внутри информационного лоббизма необходимо установление такого метода коммуникаций, который станет залогом того, что послание, исходящее от лоббистов, целиком и полностью будет получено органами власти и правильно понято.

Для информационного лоббизма, учитывающего политический смысл, рациональной сферой служат политико-экономические новости, открыто должностными лицами не обоснованные. Благодаря развитию сети Интернет большими темпами изменяется и институт лоббизма. Применение в лоббировании новейших методов, путей доступа и влияния стало достижимо с расширением повсеместно компьютерной системы. Работа с помощью Интернета повышает такие важнейшие элементы компании, как обнаружение единомышленников, так и выискивание нужной информации. Благодаря всему этому проверяется устройство непрямого лоббизма. Частая проверка явлений позволяет быть в курсе явлений в режиме реального времени, не зависимо от местонахождения.

Регулирование информационных процессов с целью улучшения качества труда, а также гарантии ее недвусмысленности и подотчетности образуется проблема определения особенностей кадров и их информационной культурой [4].

Лоббистскую деятельность, возможно, обозначить как технологическое действие по работе с представителями власти, предполагающую естественные или неестественные связи, вдобавок работу деятельность по приготовлению подготовке к этим взаимосвязям с целью воздействия на власть. На региональном уровне сформировалось определенное лоббистское устройство, опираясь на преимущество тех или иных разработок. Региональные лоббисты пользуются большим количеством способов оказания влияния, к примеру: переоценка транспортных и таможенных ставок, оказание воздействий на СМИ.

Исходя из точки зрения многих политологов, что лоббизм не интерпретируется как канал сообщения между политической структурой и обществом, потому как он не прошел юридической институционализации. Тогда как даже при недостатке особого законодательства, которое регулировало бы лоббистскую деятельность, лоббизм служит неотделимой составляющей политической системы.

В минувшее десятилетия лоббирование обрело большую ценность в современном политическом процессе, данное явление заметно из-за

возросшего, числа государственных решений, утвержденных не без лоббистского состава, количество которых также увеличивается быстрыми темпами. Американские исследователи считают, что в политических структурах лоббизм давно уже перешагнул от незатейливой коррупции к информационному воздействию. Но, тогда как в западных политических структурах правящая элита расценивается как главный субъект вынесения вывода, к которым относятся группы влияния, то в политических условиях России информационных связей элиты и окружающей средой явно маловато.

Коммуникационная линия и основные источники информации преобладают среди политической бюрократии, сюда же и относят большую часть групп влияния. Коммуникация, проводимая, с помощью СМИ предусматривает, что влияние на политическую власть осуществляется с помощью образования нужного для причастной группы утвержденного общественного мнения. Трудность содержится в том, что по большей своей части, нынешнее СМИ находятся под государственным контролем, а иногда служит средством в борьбе разных финансово-промышленных и политических элитных группировок.

Улучшение конструкции взаимосвязи государственной власти и массовой коммуникации, с помощью СМИ, выступает главной в практике по повышению результативности государственного управления [1].

Значительное число экспертов считают, что в районах ЦФО заинтересованные лица зачастую выступают в профильных комитетах представительного органа. Данный способ один из результативных проявлений технологий лоббизма, т.к. за исключением единомышленников и соперников законопроекта всегда присутствует община «нейтральных» законотворцев, еще не сложивших своего мнения к дискутировавшей инициативе. Следовательно, квалифицированное и доказанное изложение планов разбираемого законопроекта способно обратить в свою пользу нужное количество лиц принимающих решение [2].

Разные элементы экономического участия, корпоративные, общественные и иные негосударственные группировки и учреждения, а также физические лица постоянно находятся в связи с лицами, представляющими органы власти с намерением получить прикрытие и лоббирование своих интересов. Феномен лоббизма имеет зачастую экономический компонент, на этом он не останавливается и по величине оказания влияния на вынесение того или иного политического постановления, безусловно, получает признание. В России медленными темпами формируется новый законный механизм лоббирования.

Список литературы:

1. Власов А.А., Подосинников Е.Ю. Повышение эффективности взаимодействия государственных региональных органов управления и СМИ в избирательном процессе: региональная специфика (на примере Курской области)// Российская наука и образование сегодня: проблемы и перспективы. – 2015. – № 2(5). – С.71-73.

2. Махортов Е.А. Лоббизм в ЦФО. Анализ, мониторинг, информация/ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://lobbying.ru/docs/bouklette_s.pdf
3. Подосинников Е.Ю., Подосинникова Р.В. Конструктивный диалог в политическом дискурсе местной власти и оппозиции Курской области//Российская наука и образование сегодня: проблемы и перспективы. – 2015. – № 2(5). – С. 102-104.
4. Пясецкая Е.Н. К вопросу развития информационно – коммуникационных технологий в органах власти// Экономика и социум. – 2015. – №3(16). – С. 148-154.
5. Славянский А.В. Технологии информационного лоббизма в региональном политическом пространстве // Ученые записки ДЮИ. – 2010. – №37. – С.26-31.