

JOURNAL OF FUNDAMENTAL STUDIES

ЖУРНАЛ ФУНДАМЕНТАЛЬНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ
ФУНДАМЕНТАЛ ТАДҚИҚОТЛАР ЖУРНАЛИ

VOLUME II | ISSUE 3 | MARCH-APRIL | 2024

ISSN: 2181-4031



Available online at www.imfaktor.com

ISSN: 2181-4031
DOI Journal 10.56017/2181-4031

ФУНДАМЕНТАЛ ТАДҚИҚОТЛАР ЖУРНАЛИ

II-ЖИЛД, 3-4 СОН

ЖУРНАЛ ФУНДАМЕНТАЛЬНЫ ИССЛЕДОВАНИЙ

ТОМ- II, НОМЕР-3-4

JOURNAL OF FUNDAMENTAL STUDIES

VOLUME-II, ISSUE-3-4

ТОШКЕНТ – 2024

ФУНДАМЕНТАЛ ТАДҚИҚОТЛАР ЖУРНАЛИ

ЖУРНАЛ ФУНДАМЕНТАЛЬНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ | JOURNAL OF FUNDAMENTAL STUDIES

№ 3-4 (2024) DOI <http://dx.doi.org/10.56017/2181-4031-2024-3-4>

Бош муҳаррир:

Тураев Б.

– фалсафа фанлари доктори, профессор

Масъул муҳаррир:

Расулова Д.

– иқтисодиёт фанлари доктори, доцент

Таҳририят аъзолари:

1. Каримов Б. – тарих фанлари номзоди, доцент
2. Ходжаметова Гулчира Илишевна – тарих фанлари номзоди, профессор
3. Ҳайдаров Ўрал Ахмадович – иқтисодиёт ф.б.ф.д (PhD), доцент
4. Мусаев Джамалиддин Камалович – юридик ф.б.ф.д (PhD), доцент
5. Жамолдинов Хумоюн Бахтиёрбек ўғли – юридик ф.б.ф.д (PhD), доцент в.б
6. Узакова Зарина Фуркатовна – социология ф.б.ф.д (PhD), доцент
7. Мамадияров Дилшод Уралович – иқтисодиёт фанлари номзоди, доцент
8. Тўраев Шавкат Нишонович – фалсафа фанлари номзоди, доцент
9. Бердиева Гулмира Аминовна – тарих фанлари номзоди
10. Гаипов Жасур Бахром ўғли – иқтисодиёт ф.б.ф.д (PhD)
11. Сохибова Лола Жонибоевна – фалсафа ф.б.ф.д (PhD)
12. Шарипов Дилшод Бахшиллоевич – сиёсатшунос, эксперт
13. Содиржонов Мухриддин
Махамадаминович – социология ф.б.ф.д (PhD)
14. Саттаров Дилшод Юлдашевич – юридик фанлар номзоди, доцент
15. Турақулов Акмалжон Анварович – фалсафа ф.б.ф.д (PhD)
16. Каримов Бозарқул Худдайбердиевич – фалсафа фанлари номзоди

“Фундаментал тадқиқотлар” илмий-амалий журнали 2022 йил 22 декабрь куни № 054837-сонли гувоҳнома билан оммавий ахборот воситаси сифатида давлат рўйхатидан ўтказилган.

Мазкур журнал 6 та халқаро маълумотлар базаларида индексланган бўлиб, жорий йил учун UIF 2023 = 7.5 “импакт-фактор” кўрсаткичига эга.

Ўзбекистон Республикаси Олий таълим, фан ва инновациялар вазирлиги ҳузуридаги Олий аттестация комиссиясининг 2023 йил 24 июлдаги 01-02/1199-сонли хатига мувофиқ ушбу журналда чоп этилган мақолалар хорижий мақолалар сифатида тан олинади.

Саҳифаловчи\Page Maker\Верстка: Абдураҳмон Хасанов

Таҳририят манзили: Тошкент шаҳар, Учтепа тумани, “Ватан” МФЙ, Чилонзор 24-мавзеси, 2/27-уй. Почта индекси 100152. Веб-сайт: www.imfaktor.uz/com

Телефон номер: +99894-410 11 55, **E-mail:** tahririyat@imfaktor.uz

© “ИМФАКТОР Pages” илмий нашриёти, 2024 йил.

© Муаллифлар жамоаси, 2024 йил.

ФУНДАМЕНТАЛ ТАДҚИҚОТЛАР ЖУРНАЛИ

ЖУРНАЛ ФУНДАМЕНТАЛЬНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ | JOURNAL OF FUNDAMENTAL STUDIES

НОДИРБЕКОВ Жасурбек Жавлонбек ўғли
*слушатель Правоохранительной академии
Республики Узбекистан по направлению
«Противодействие коррупции»*
<https://doi.org/10.5281/zenodo.10976650>

НОВЫЕ ФОРМЫ ТЕНЕВОЙ ЛОББИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И СПОСОБЫ ИХ РЕГУЛИРОВАНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ УЗБЕКИСТАН

АННОТАЦИЯ

В статье обсуждается тенденция скрытого совершенствования методов лоббирования с учетом современных общественных трендов. Рассматриваются новые, неформальные подходы к лоббированию, такие как манипулирование средствами массовой информации, покупка мнений, финансирование научно-исследовательских центров, управление интернет-ресурсами и тактическое переманивание кадров, которые могут быть отнесены к "теневому" лоббированию. Обсуждается тесная связь между современным лоббированием и понятием PR, и указывается на их фактическое слияние. В современных формах лоббирования сама роль лоббиста становится менее заметной. Вывод сделан о том, что современное лоббирование все больше ориентировано не только на ограниченные круги, но и на широкие связи с общественностью. В связи с относительно низким уровнем медиаграмотности населения Республики Узбекистан, существуют немаловажные риски и опасения, связанные с недобросовестным манипулированием мнением общества со стороны лоббистов.

Ключевые слова: лоббирование, связи с общественностью, продвижение интересов, средства массовой информации.

NEW FORMS OF SHADOW LOBBYING ACTIVITIES AND WAYS OF THEIR REGULATION IN THE REPUBLIC OF UZBEKISTAN

АННОТАЦИЯ

The article discusses the trend of covertly refining lobbying methods in line with modern societal trends. It explores new, informal approaches to lobbying, such as manipulating mass media, purchasing opinions, funding research centers, managing internet resources, and tactically poaching personnel, which can be categorized as "shadow" lobbying. The close connection between contemporary lobbying and the concept of PR is discussed, indicating their actual convergence. In modern forms of lobbying, the role of the lobbyist itself becomes less noticeable. The conclusion is drawn that contemporary lobbying is increasingly focused not only on limited circles but also on broad connections with the public. Due to the relatively low level of media literacy among the population of the Republic of Uzbekistan, there are significant risks and concerns associated with unethical manipulation of public opinion by lobbyists.

Key words: lobbying, public relations, promotion of interests, mass media.

O'ZBEKISTON RESPUBLIKASIDA YASHIRIN LOBBICHILIK FAOLIYATINING YANGI SHAKLLARI VA ULARNI TARTIBGA SOLISH USULLARI

ANNOTATSIYA

Maqolada zamonaviy ijtimoiy tendentsiyalarga muvofiq lobbichilik usullarini yashirincha takomillashtirish tendensiyasi muhokama qilinadi. U lobbichilikka yangi, norasmiy yondashuvlarni o'rganadi, masalan, ommaviy axborot vositalarini manipulyatsiya qilish, fikrlarni sotib olish, tadqiqot markazlarini moliyalashtirish, Internet resurslarini boshqarish va taktik jihatdan brakonerlik "yashirin" lobbichilik deb tasniflanishi mumkin bo'lgan xodimlar. Zamonaviy lobbichilik va PR tushunchasi o'rtasidagi yaqin bog'liqlik muhokama qilinadi, bu ularning haqiqiy yaqinlashishini ko'rsatadi. Lobbichilikning zamonaviy shakllarida lobbistning roli kamroq seziladi. Xulosa shuki, zamonaviy lobbichilik nafaqat cheklangan doiralarga, balki tobora ko'proq e'tibor qaratmoqda jamoatchilik bilan keng aloqalar to'g'risida. Media savodxonligining nisbatan past darajasi tufayli O'zbekiston Respublikasi aholisi, lobbistlar tomonidan jamoatchilik fikrini axloqsiz manipulyatsiya qilish bilan bog'liq jiddiy xavf va xavotirlar mavjud.

Kalit so'zlar: lobbichilik, jamoatchilik bilan aloqalar, manfaatlarni targ'ib qilish, ommaviy axborot vositalari.

Актуальность исследования: С годами влияние лоббистов постепенно увеличивается, часто остающееся скрытым от общественного внимания. Большие компании всё чаще используют финансирование лоббирования как тактический инструмент, который помогает им обеспечить повышенную прибыль и избежать негативного воздействия со стороны регулирующих органов.

Одновременно с этим, традиционные методы лоббирования становятся все менее эффективными и теряют свою привлекательность. Лоббисты отмечают, что эпоха, когда лоббирование заключалось в "личных разговорах с представителями власти", ушла в прошлое. В наше время формируются новые подходы к лоббированию, которые наиболее эффективны в быстро меняющемся обществе. Однако, несмотря на их эффективность, эти новые методы не всегда прозрачны, и часто используются для защиты узких корпоративных интересов при помощи скрытых методов воздействия на власть.

Цель исследования: Настоящее исследование направлено на выявление и анализ новых форм теневой лоббистской деятельности в Республике Узбекистан и разработку конкретных предложений по их эффективному регулированию. Основной целью является исследование механизмов функционирования теневых лоббистских практик в узбекском обществе и выработка рекомендаций для законодательных и исполнительных органов в целях противодействия таким явлениям. Для достижения этой цели будет проведен анализ существующих тенденций в теневой лоббистской деятельности, выявление их основных форм и методов, а также изучение международного опыта регулирования подобных явлений для адаптации эффективных подходов к условиям Узбекистана.

Целью данного исследования является анализ новых форм теневой лоббистской деятельности в Республике Узбекистан и разработка предложений по их регулированию.

Научная разработанность темы: Данный исследовательский проект представляет собой попытку комплексного анализа актуальной проблемы теневой лоббистской деятельности в контексте Республики Узбекистан. В научной литературе присутствует ряд работ, посвященных общим аспектам лоббизма, включая работы авторов Автономова А.С., Арутюняна А.С., Бентли А., Брянцева И.И., Барановой Л.К., Захарова А.В., Зелепукина Р.В., Любимова А. П. и Малько А. В. Однако, специализированные исследования, касающиеся теневых лоббистских методов и их регулирования в Узбекистане, отсутствуют. Таким образом, данный проект направлен на заполнение этого пробела и предоставление нового взгляда на данную проблему в узбекском контексте.

Методы и материалы исследования в рамках данного проекта включают анализ актуальных данных, результатов предыдущих исследований, а также международного опыта и существующего законодательства, связанного с теневой лоббистской деятельностью. Для достижения цели по изучению новых форм теневой лоббистской деятельности и способов их регулирования в Республике Узбекистан был использован комплексный подход.

Первоначально проводился анализ научной литературы, включая работы, посвященные теневой лоббистской деятельности. Были выявлены основные тенденции и выводы, сделанные в этих исследованиях, с учетом специфики узбекской практики.

Далее был проведен анализ международного опыта в регулировании теневого лоббизма. Был изучен опыт других стран в борьбе с этим явлением, чтобы выявить эффективные методы контроля, которые можно было бы адаптировать для использования в Узбекистане.

Для анализа текущего законодательства и практики в области лоббирования были использованы официальные документы, регулирующие лоббистскую деятельность в Узбекистане. Это позволило выявить проблемы и недостатки в существующих нормах и предложить пути их улучшения для эффективного регулирования новых форм теневой лоббистской деятельности в стране.

Таким образом, использование различных методов и материалов исследования позволило получить всестороннее представление о теневом лоббизме и предложить конструктивные меры по его регулированию в контексте Узбекистана.

Результаты исследования: В статье The Guardian поднимается вопрос о современных методах, которыми лоббисты воздействуют на правительство и общественное мнение. Наиболее распространенными методами являются следующие [1]:

1. *Управление информацией через СМИ:* Лоббисты активно взаимодействуют с средствами массовой информации, стремясь создать определенный образ своих интересов перед общественностью. Это включает не только прямые публикации, но и определенные коммуникационные стратегии, которые помогают создавать благоприятное впечатление о компании или отрасли, даже если они преследуют преимущественно коммерческие интересы.

2. *Влияние через экспертов:* Лоббисты ищут "независимых" экспертов, которые могут подтвердить их позиции или исследования, что делает их аргументы более убедительными в глазах общественности и политиков. Это создает иллюзию независимости и объективности в принятии решений, хотя фактически мнения таких экспертов могут быть субъективно ориентированными в пользу интересов лоббистов.

3. *Финансирование исследовательских центров:* Лоббисты часто финансируют научные и аналитические центры, которые занимаются исследованиями в области интересующих их вопросов. Эти центры могут подготавливать отчеты, проводить конференции и организовывать встречи с политиками, создавая видимость общественной поддержки их позиций.

4. *Манипуляции в интернете:* Лоббисты активно управляют контентом в сети, создавая фальшивые блоги, аккаунты в социальных сетях и распространяя поддельные пресс-релизы. Они стараются подавить негативную информацию о своих клиентах и привлечь внимание к позитивным аспектам их деятельности.

Эти методы демонстрируют, как лоббисты используют разнообразные инструменты и стратегии для оказания влияния на законодательный процесс и формирование общественного мнения в своих интересах.

В исследовании, проведенном Арутюняном, подчеркивается сходство современных методов лоббирования и стратегий общественных отношений (PR), включающих разнообразные формы воздействия, такие как организация специальных рекламных кампаний и публикаций в средствах массовой информации с целью формирования определенного общественного мнения по важным вопросам [2].

Среди эффективных непрямых методов лоббирования можно выделить такие, как использование научных публикаций и привлечение ученых для поддержки определенных инициатив, участие в массовых протестах, а также активное воздействие на общественное мнение через СМИ и современные электронные средства коммуникации.

В современном мире наблюдается постепенное снижение роли индивидуальных лоббистов, при этом происходит смешение линий между традиционным лоббированием и стратегиями PR, что делает этот процесс менее прозрачным. Такое размытие границ обусловлено тем, что многие компании предпочитают использовать комплексный подход к воздействию на принятие решений, включая и лоббистские методы, и PR-стратегии. Этот тренд может быть обусловлен, с одной стороны, стремлением избежать прямого контакта с представителями власти, а с другой - экономической выгодой, поскольку взаимодействие с лоббистами может быть затратным [3].

Таким образом, процессы слияния лоббирования и PR усложняют отслеживание и контроль за этой деятельностью, что может привести к укреплению теневых практик лоббирования и увеличению проблем в сфере корпоративного влияния на принятие решений. Такое изменение подхода вызывает необходимость своевременного законодательного регулирования данной деятельности. Очевидно, что теневой лоббизм процветает в Республике, а отсутствие какого-либо контроля над процессом «слияния» лоббирования и PR лишь усложняет способы его отслеживания и предотвращения.

С учетом увеличивающегося влияния теневого лоббирования и отсутствия должного контроля над слиянием лоббирования и PR, возникают вопросы о возможности и эффективности всестороннего законодательного регулирования данной сферы, особенно в контексте Республики Узбекистан, где уровень медиаграмотности, политобразованности и уровень общего образования населения находится на сравнительно низком уровне, в сравнении с более развитыми странами, как США, Германия, Великобритания и другие. Данный фактор наравне с отсутствием законодательного регулирования лоббистской деятельности порождает почву для манипулятивного влияния на мнение общественности со стороны недобросовестных лоббистов и их клиентов.

Анализ результатов исследования: для смягчения рисков, связанных с манипуляцией общественным мнением, необходимо внедрить комплекс мер, направленных на обеспечение прозрачности и этичности в процессах воздействия на общественное мнение. В первую очередь, требуется разработать и внедрить строгие правила и стандарты для деятельности лоббистов, которые бы предусматривали обязательную регистрацию лоббистских деятельностей и отчетности перед обществом и государством. Это позволит отслеживать и контролировать действия лоббистов, а также установить механизмы наказания за нарушения.

Одним из важных шагов является разработка законодательной базы, которая бы четко определяла границы между PR деятельностью и лоббизмом. Это поможет предотвратить злоупотребления и манипуляции с использованием методов PR под видом лоббистской деятельности. Для этого необходимо установить четкие критерии и критерии оценки деятельности лоббистов и PR-агентств, а также разработать процедуры и механизмы для проверки соответствия их действий установленным нормам и правилам.

Кроме того, важно проводить образовательные кампании среди общества о методах манипуляции мнением и признаках лоббистских действий. Это поможет повысить уровень осведомленности и критического мышления у граждан, что сделает их менее уязвимыми к манипуляциям и ложной информации. В целом, разработка и внедрение таких мер позволят обеспечить более прозрачное и этичное функционирование системы воздействия на общественное мнение, что будет способствовать укреплению демократических принципов и правового государства.

За последние годы по инициативе правительства Нового Узбекистана были проведены определенные меры по противодействию манипуляциям общественности через различные источники информации (СМИ, эксперты, социальные сети и иные), а также ряд мероприятий по повышению медиаграмотности населения. В частности, был разработан проект Информационного Кодекса Республики Узбекистан [4].

Разработанный проект, во главе которого стоит Агентство информации и массовых коммуникаций при Администрации президента, основан на применении восьми существующих законов, включая законы о СМИ, доступе к информации, защите профессиональной деятельности журналистов и другие. Суть этого проекта сводится к сбору и систематизации всех действующих информационных законов под одним заголовком.

В качестве положительной черты Информационного Кодекса в контексте борьбы против недобросовестного манипулирования мнением общественности, отмечалось установленное правило совместной ответственности СМИ и автора за достоверность распространяемой ими информации. Однако данный пункт Кодекса вызвало диссонанс среди общественности [5], блогеров, СМИ, а также нескольких международных организаций [6], которые убеждены в том, что такая практика может нарушать международные нормы, гарантирующие право на поиск, получение и распространение информации, а также право на информацию граждан и журналистов. Не всегда возможно проверить достоверность всей информации, особенно в отношении мнений и убеждений. В связи с чем, Кодекс был снят с обсуждения на доработку. Однако, позитивным является, тот факт, что правительство заблаговременно начало работу над предотвращением возможных рисков манипуляции мнением общественности со стороны лоббистов в ближайшем будущем, когда лоббистская деятельность будет урегулирована.

Кроме того, в стране широко распространена практика проведения различных форумов и собраний на тему «Медиаграмотности», с участием международных организаций, таких как ЮНЕСКО. В рамках таких мероприятий участники обсуждают ключевые аспекты медиаграмотности. Затрагиваются вопросы, связанные с приоритетами в повышении медиаграмотности, разработкой методики ее обучения и передачи материала на простом и понятном языке. Также обсуждаются критерии ориентированные на возрастные и профессиональные категории аудитории. В результате обсуждения также высказываются различные предложения и рекомендации по улучшению медиаграмотности в стране. Такого рода мероприятия способствуют развитию медиаграмотности населения и снижают риск восприятия манипулятивных пропаганд информации, выгодной для определенных кругов бизнеса или гражданского общества в рамках лоббистской деятельности [7].

В заключение, необходимо признать, что современные вызовы, связанные с ростом теневого лоббирования и отсутствием должного контроля над слиянием лоббирования и PR, требуют срочных и эффективных мер со стороны законодательства и общественных институтов. В Республике Узбекистан, как и во многих других странах, развитие подобных мер является неотъемлемой частью консолидации демократических принципов и правового государства. Прозрачность, этичность и контроль в области лоббирования и воздействия на общественное мнение необходимы для обеспечения справедливости и эффективности принятия решений, а также защиты интересов общества в целом. Путем разработки и внедрения строгих правил, стандартов и механизмов надзора мы можем уберечь себя от манипуляций и сохранить доверие общества к институтам власти и бизнеса. Однако это требует не только усилий со стороны государственных органов, но и активного участия гражданского общества, средств массовой информации и международных партнеров в развитии и реализации соответствующих мер и программ. Только таким образом мы сможем создать среду, в которой демократические ценности и правовые принципы будут защищены, а влияние лоббистов будет направлено на достижение общественных интересов и процветание общества в целом.

REFERENCES. ИҚТИБОСЛАР. СНОСКИ.

1. Автономов А. С. Албука лоббизма. М.: Права человека, 2004.
2. Арутюнян А.С. Современный лоббизм: формы, методы, проявления // Социологические исследования. - 2014. - № 6. - С. 60
3. Бентли А. Процесс государственного управления. Изучение общественных давлений. М.: Издательство Перо, 2012.
4. Брянцев И. И., Баранова Л. К. Коррупция как форма теневого лоббизма // Власть. 2008. № 3.
5. Захаров А.В., Зелепукин Р.В. Правовое регулирование лоббистской деятельности, ее средств, методов и технологий // Социально-экономические явления и процессы. - 2011. - № 8.
6. Зелепукин Р.В. Понятие и происхождение лоббирования как политико-правового института // Вестник ТГУ. - 2011. - № 8
7. Любимов, А. П. (1998). Лоббизм как конституционно-правовой институт. Москва.
8. Малько, А. В. (2008). Политико-правовые проблемы лоббизма. Политология для юристов. Москва.

ISSN: 2181-4031
DOI Journal 10.56017/2181-4031

ФУНДАМЕНТАЛ ТАДҚИҚОТЛАР ЖУРНАЛИ

II-ЖИЛД, 3-4 СОН

ЖУРНАЛ ФУНДАМЕНТАЛЬНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

ТОМ-II, НОМЕР-3-4

JOURNAL OF FUNDAMENTAL STUDIES

VOLUME-II, ISSUE-3-4

«Фундаментал тадқиқотлар» электрон журнали 2022 йил 22 декабрь куни № 054837-сонли гувоҳнома билан оммавий ахборот воситаси сифатида давлат рўйхатидан ўтказилган.

Муассис: «IMFAKTOR Pages» масъулияти чекланган жамияти.

Таҳририят манзили: 100152, Тошкент шаҳри, Учтепа тумани, “Ватан” МФЙ, Чилонзор 24-мавзеси, 2-уй.

Телефон номер: +99894-410 11 55

Эл. почта: tahririyat@imfaktor.uz

Веб-сайт: www.imfaktor.uz