**План**

Вступ

Розділ 1. Політичний лобізм

* 1. Історія виникнення політичного лобізму
  2. Переваги і недоліки політичного лобізму

Розділ 2. Регламентація політичного лобізму в західних країнах

2.1 Політичний лобізм у США

2.2 Політичний лобізм у ФРН

Розділ 3. Політичний лобізм в Україні

Висновки

Список використаної літератури

**Вступ**

Починаючи з 90-х років проблемі політичного лобізму приділялося досить багато уваги. Вивченням зарубіжного лобістського досвіду займаються такі дослідники, як В. Бєлов, К. Вяткін, Н. Зяблюк, Н. Іванов, Л. Корявін, Н. Прохода, А. Сергуніна, А. Хомич та інші. Їх роботи дають можливість скласти уявлення про лобістську діяльність, нові лобістські технології та тенденції їх трансформації в країни, де лобізм отримав найбільший розвиток. В описах зарубіжного досвіду політичного лобізму його дослідники орієнтуються на традицію політичного плюралізму, що передбачає множинність інституційних механізмів розподілу і розподілу урядової влади.

**Актуальність** роботи – Засоби масової інформації та наукова література останнім часом стали приділяти значну увагу промисловим і фінансовим групам, громадським рухам та об’єднаням, які прагнуть надавати систематичний і цілеспрямований вплив як на законотворчу діяльність, так і на процеси реалізації прийнятих законів та адміністративних актів. Ці групи називаються «групами тиску» або «групами впливу». Тиск на парламент і адміністрацію, що іменується також «лобіюванням», здійснюється з метою реалізації групових інтересів. Необхідність вивчення політичного лобіювання диктується тим, що участь в діяльності тієї або іншої групи тиску є найбільш поширеною формою прояву політичної активності індивіда.

Актуальність полягає в тому, що має місце приховане політичне життя, у якому здійснюється лобіювання, і необхідно виявити наявні транслятори і механізми. Проблемна ситуація полягає в суперечності практичного життя, в якому є місце лобізму й формального, з офіційними інститутами влади.

**Об’єкт** дослідження – лобізм як явище сучасної політики.

**Предмет** дослідження – роль зацікавлених груп у реалізації основної лобістської функції - тиску на владу.

**Мета** роботи – визначити специфіку формування лобізму як політичного явища.

**Завдання** роботи:

1. вивчити наукову літературу із означеної теми;
2. розкрити специфіку процесів політичного лобіювання;
3. виявити основні типи лобістської діяльності;
4. охарактеризувати функції і механізми політичного лобіювання;
5. узагальнити матеріал та зробити висновки за темою.

**Практичне застосування** роботи – дана робота може бути використана в політичній діяльності з метою оптимізації відносин між органами державної влади та економічними структурами, в науково-дослідницькій діяльності при аналізі процесів лобіювання.

**Розділ 1. Політичний лобізм**

**1.1 Історія виникнення політичного лобізму**

Термін «лобізм» походить від англійського слова «лобі», одне зі значень якого в англійській мові - кулуари, де депутати можуть спілкуватися з іншими людьми.

Політичний відтінок лобізм придбав в 1864 р. у США, коли їм почали позначати залучення голосів конгресменів в обмін на грошову винагороду або еквівалентні послуги. Поступово лобізм перетворився на важливий елемент політичного і державного управління як механізм впливу на процес прийняття політичних та адміністративних рішень, процеси законотворчості на різних рівнях.

Вперше в політології проблему лобізму розглянув американський Політолог А. Бентлі, який справедливо вважав, що суспільна злагода в державному управлінні досягається за допомогою посередництва груп і групових представників, що виділяються конкуруючими елітами. Французький соціолог Р.Ж. Шварценберг визначив лобізм як організацію, створену для захисту інтересів і надання тиску на громадські влади з метою домогтися від них прийняття таких рішень, які відповідають їхнім інтересам. Інший французький вчений Ф. Фарнел розглядав лобізм як продуктивне втручання в господарські та соціальні процеси з використанням політичних методів і засобів.

Лобізм як повноцінний інститут з'являється при досягненні різноманіття інтересів у суспільстві, що виникає внаслідок його соціальної диференціації, а також при розширенні доступу до влади на основі політичного плюралізму. У зв'язку з тим що влада об'єктивно не в змозі задовольнити одночасно всі інтереси відразу, виникає проблема черговості, пріоритету здійснення тих чи інших інтересів. Звідси закономірне прагнення різних груп і прошарків суспільства впливати на поведінку держави з метою переорієнтації політики на свою користь, стимулювати його, приймати вигідні для себе управлінські рішення [3].

**1.2 Переваги та недоліки політичного лобізму**

Політичний лобізм може бути вжито або на благо всього суспільства, або в вузькогрупових інтересах, все залежить від соціально-економічної політики та культурного фону, від обставин, які можуть «наділити» лобізм, як плюсами так і мінусами.

Переваги політичного лобізму:

1. Впливаючи на управлінські рішення, політичний лобізм примушує «триматися у формі» органи державної влади та управління, в певному сенсі конкурує, змагається з ними, надає їм більшу динаміку і гнучкість. В умовах поділу влади кожна з гілок влади може використовувати те чи інше лобі в своїх інтересах.

2. Політичний лобізм виступає інструментом самоорганізації громадянського суспільства, з допомогою якого мобілізується громадська підтримка або опозиція якогось законопроекту, виявляється вплив на політику. Лобізм у цій ситуації свого роду суперник бюрократії, враховуючи також, що держава в умовах становлення ринкових відносин все більше і більше залишає багато зі своїх позицій у сфері захисту інтересів різних соціальних груп і прошарків. Цей вакуум повинен бути заповнений відповідними структурами громадянського суспільства.

3. Політичний лобізм створює можливості для забезпечення інтересів меншості, бо виступає як специфічна форма прояву політичного плюралізму. «При детальному вивченні влади в американському суспільстві в центрі уваги виявляється не більшість, а меншість - лобі, групи тиску, групи представляють регіональні інтереси, керівники корпорацій та профспілок, голови комісій, які проводять парламентські розслідування »[5].

4. Політичний лобізм втілює собою принцип свободи соціальни недержавних структур. За допомогою лобіювання вони самі прагнуть вирішувати свої проблеми, володіючи певним вибором шляхів і засобів подібного рішення.

5. Цей засіб застосовується як своєрідне соціально-політичне стимулювання, спрямоване на прискорення втілення в життя тих чи інших цілей. При такому підході політичний лобізм виступає як спосіб активізації процесів і явищ.

6. Він дозволяє розширити інформаційну організаційну базу прийнятих рішень і набагато переконливіше звернути увагу на певні «кричущі» проблеми. Лобісти забезпечують органи влади потоком інформації з того чи іншого питання, який і виноситься на парламентське слухання, «інформують законодавців про те, що відбувається на самому нижньому громадському рівні та інших рівнях »[8]. Через лобіювання інтересам різних груп і верств надається гостра злободенність, актуальність, соціальна значимість. Владні структури переконуються в пріоритетному оперативному й повному їх задоволенні. Лобіювання виступає у вигляді системи аргументації, механізму підготовки та прийняття відповідних актів.

7. Політичний лобізм можна розглядати як інструмент взаємодії представницької і виконавчої влади. Поділ влади не протиставляє їх один одному, воно повинно мати робочий характер. Тому «Взаємодопомога міністерських лобістів та депутатських комітетах - на користь справі, вона позбавлена корисливого інтересу і цілком укладається в рамки нормального політичного життя ». [4]

8. Політичний лобізм можна оцінювати і як більш широке засіб досягнення компромісів, спосіб взаємного урівноваження та примирення між собою різноманітних інтересів. Загальновизнано, що лобістські групи, які відстоюють часом діаметрально протилежні інтереси своїх господарів, як це не дивно на перший погляд, сприяють збереженню свого роду рівноваги різних сил і досягненню консенсусу при прийнятті управлінських рішень, адже, врешті-решт, стрижень лобізму - взаємовигідне співробітництво.

Недоліки політичного лобізму:

1. Він може стати інструментом пріоритетного задоволення іноземних інтересів на шкоду інтересам вітчизняним, тобто реалізуватися часом як «Непатріотичний» засіб.

2. Виступає іноді провідником неправильного впливу (тиску) на державні органи, тут вже треба говорити про його злочинні види, які підточують фундамент влади.

3. Таїти в собі чималу небезпеку «розмивання» народовластних підвалин суспільства, перетворення демократичні інститути в потужний інструмент окремих владних груп.

4. Найчастіше блокуються дійсно потрібні управлінські рішення, виникають перешкоди до задоволення суспільно цінних інтересів, сприяють здійсненню інтересів чиновницьких.

5. Іноді суттєво заважає стабільній і оперативній державній політиці, бо може бути спрямований, наприклад, на постійний перерозподіл бюджету, «перетягування ковдри на себе», на часту зміну пріоритетів, на посилення позицій однієї гілки влади при одночасному ослабленні іншої тощо[7].

8. Політичний лобізм може використовуватися як інструмент для збагачення окремих шарів, еліт, «лобізм як такий - існування потужних груп людей у владі, що приймають всі можливі заходи для перерозподілу матеріальних ресурсів і благ на свою користь »[6].

**Розділ 2. Регламентація політичного лобізму в західних країнах**

**2.1 Політичний лобізм у США**

Лобісти в Америці існують стільки, скільки існує конгрес. Власне кажучи, лобізм є невід'ємна частина американської політичної машини. Про це добре сказав Вудро Вільсон: «Уряд Сполучених Штатів - вдячна дитя спеціальних інтересів. Йому недозволено мати свої власні».

Безглуздо заперечувати, що в минулому столітті, особливо в його «позолочений» період (див. Марка Твена та Чарльза Дадлі Уорнер) у цій сфері панував беззаконня і процвітала корупція. Саме завдяки безсоромним маніпуляціям корпорацій саме слово "лобізм" придбало негативне забарвлення.

Але паралельно з закулісними махінаторами постійно діяли grassroots movements - альтернативні руху. Вони боролися проти масонів, рабства, дискримінації жінок та іммігрантів, за випуск асигнацій, за сухий закон. І досягали успіху. Після другої світової війни grassroots вийшли на політичну сцену країни в небувалий досі масштабі та розмаїтті. Феміністки, гомосексуалісти, екологісти, «моральна більшість», прихильники і противники легалізації марихуани - всі вони з точки зору американської політичної культури лобісти, оскільки намагаються впливати на процес прийняття рішень законодавчої або виконавчою владою.

Діяльність лобістів у США регламентована законодавством, але законів на цю тему до смішного мало. Їх усього два і одна поправка. Закон 1946 року (Federal Regulation of Lobbying Act), відповідно до якого лобіст зобов'язаний, по-перше, зареєструватися, по-друге, чотири рази на рік представляти відповідним органам свій фінансовий звіт. Поправка Берда, яка забороняє використання у лобістських цілях федеральних кошті(якщо одержувачем коштів федерального бюджету, хоча б навіть у вигляді гранту, є організація, ніхто з її співробітників займатися лобізмом не має права). Закон 1995 року (Lobbying Disclosure Act), строго лімітуючий підношення законодавцям. Вважається також, що конституційне право на лобізм закріплено у Першій поправці, де сказано, що конгрес не має обмежувати «право народу мирно збиратися і звертатися до уряду з петиціями про припинення зловживань».

Набір прийомів офіційного лобіста дуже різноманітний. Вони виступають на слуханнях перед законодавцями. Хапають їх за гудзик в коридорах конгресу, готелях, прийомах і скрізь, де доведеться. У величезних кількостях пишуться листи і петиції на підтримку того чи іншого рішення, для чого в особливо важливих випадках організовуються спеціальні кампанії. Само собою зрозуміло, в Інтернеті публікуються готові тексти - тільки вбей своє ім'я та клацни кнопку «відправити». По телевізору раз у раз можна бачити кліп, в якому пояснюють, наприклад, що Китай використовує працю ув "язнених, а потім кажуть: дзвоніть вашому конгресмену (сенаторові, міністра, президента) по такому-то телефону, скажіть йому, що ви думаєте про надання Китаю привілейованого торговельного статусу і його вступ до СОТ.

«Що добре для General Motors, добре для країни», - заявив в 1952 році сенатському комітету кандидат на пост міністра оборони Чарльз Вілсон - і був затверджений. У радянські часи у нас звикли цитувати цю фразу як приклад безмежного цинізму, але тепер під нею підпишеться будь-який російський підприємець, поставивши, втім, на місце GM назва власної фірми. Вітчизняний бізнес, зрозуміло, треба підтримувати і захищати. Проблема в тому, що його інтереси суперечливі навіть у межах однієї галузі. Але є ще профспілки, є об'єднання споживачів, захисники флори і фауни, лобі іноземних компаній і урядів.

У списку журналу Fortune перші місця за ознакою впливовості займають Національна збройове асоціація Америки, Американсько-ізраїльський громадський комітет, профспілкове об'єднання АФТ-КПП (AFL-CIO),Торгова палата та Національний комітет за право на життя. Далі йдуть національні асоціації вчителів, рестораторів, банкірів, губернаторів, промисловців, ріелторів, будівельників, кіновиробників, оптових торговців пивом, фермерів, вантажників, працівників автомобільної промисловості та страховиків. Високу активність проявляє останнім часом лобі онлайнової торгівлі, блокуючий оподаткування своїх операцій. Нещодавно в зв'язку з багатомільйонним груповим позовом постраждалих від азбесту активізувалося азбестову лобі. І так далі. З 1979 року американські лобісти об'єднані в свою лігу.

За законом 1995 року, законодавець на рік має право отримати з одного і того ж джерела подарунки на суму не більше 100 доларів. Ціна одного предмета не повинна перевищувати 50 доларів. Гонорар за публічне виступ не може становити більш як 2000 доларів. Клінтон, до речі, підписав закон напередодні Різдва, але він набув чинності з 1 січня наступного року. Так що конгресмени змогли в останній раз отримати звичні передсвяткові підношення, які в СРСР назвали б продуктовими наборами. А буває ж ще і Великдень, і день народження, за нагоди якого імениннику покладався дармової торт.

Все це, втім, приємні, але дрібниці. Куди важливіше виборчі кампанії. Левову частку коштів законодавці отримують від комітетів політичної дії (PAC), які і є не що інше, як лобі. Причому на відміну від індивідуальних пожертв сума внесків РАС не обмежена.

Особливе питання - діяльність колишнього державного чиновника. У 1997 році під слідство ФБР догодив не хто-небудь, а батько Дейтонської світу Річард Холбрук, нинішній посол США в ООН. Вийшовши після підписання мирних угод по Боснії у відставку, він повернувся на Уолл-Стріт, до банку Credit Suisse First Boston, і вже в новій якості вступив в контакт з колишніми колегами по держдепартаменту. Тим часом такі контакти до закінчення певного терміну забороняються.

Само собою зрозуміло, що ніхто не може заборонити Холбрук приватні зустрічі за кухлем пива, але лобіювання інтересів фірми - інша справа. Нам Чи не знайомі ситуації, коли колишній високопоставлений чиновник негайно поступає на службу до приватного капіталу, що називається, "за записну книжку "і негайно починає конвертувати свої зв'язки у високих сферах. Холбрук, зокрема, ставилося в провину зустрічі з американськими дипломатами в Угорщині та Південній Кореї. Однак агенти ФБР криміналу в його діях не виявили, про що і доповіли начальству. Тим не менше міністерство юстиції запропонувало Холбрук угоду: визнання своєї цивільної відповідальності та штраф в обмін на припинення подальшого розслідування. Але дипломат категорично відмовився і від штрафу.

Цей фестиваль лобізму починається у Вашингтоні, коли конгрес отримує президентський проект чергового бюджету. До поділу казенного пирога поспішають все. Відчайдушний торг веде кожен конгресмен. Видиму частину айсберга являють собою команди переговірників Білого дому і конгресу. Майже завжди в останні роки битва затягується, уряду в новому фіскальному році нічим оплачувати свої рахунки, і конгрес тижні особливим постановою виділяє йому необхідні кошти.

**2.2 Політичний лобізм у ФРН**

У Німеччині, яка є яскравим представником країн з європейською (або континентальної) моделлю лобізму, немає єдиного федерального закону про лобістську діяльність. Її регулюють ряд нормативно-правових актів. Серед них найбільш важливим і значимим можна вважати «Єдине положення про федеральні міністерства». Згідно з цим документом, міністерства мають право залучати до роботи над законопроектами позавідомчих експертів, консультантів та інших представників «зацікавлених професійних кіл». Положення наділяє керівництво міністерства правом організовувати у міру потреби на тимчасовій або на постійній основі різні дорадчі органи для вирішення своїх внутрішніх завдань у процесі підготовки законопроектів. Слід згадати «Регламент діяльності німецького Бундестагу», який передбачає можливість проведення в парламентських комітетах публічних слухань «експертів і представників інтересів». Однак необхідно додати, що з цього не випливає неодмінне і невід'ємне право лобістів бути присутнім на цих публічних слуханнях. У кінцевому рахунку кожен комітет уповноважений вирішувати, кого з представників треба заслухати. У 1972 р. був прийнятий закон, що передбачає обов'язкову публікацію в спеціальному виданні так званого «лобістського списку» - переліку різних спілок, об'єднань та їх персональних представників, які бажають отримати офіційний доступ до парламенту і федеральному уряду [1].

За виконанням законодавчих норм у Німеччині стежать суворо, однак, як показує практика, в даному випадку загальне правило не працює. У такій складній сфері суспільного життя, як політична, складно визначити ту тонку грань, яка відділяє дозволене від недозволеного. Відомо, що відкриті слухання в комітетах Бундестагу часто бувають показними заходами для громадськості, а всі ключові питання вже вирішені заздалегідь, в кулуарах.

Характерним для європейських країн є існування етичних кодексів лобістів. Відповідно до німецького кодексу, лобіст повинен бути носієм знань. У чиновників і парламентаріїв, якщо вони отримують від нього інформацію, має скластися враження, що вони щось вивчають додатково і дізнаються більше, ніж знали раніше.

Лобіст повинен бути завжди на місці - по можливості, в епіцентрі подій. Він починає діяти якомога раніше: не можна гаяти часу. Лобі лише в тому випадку працює чудово, якщо враховує наслідки для суспільства в цілому і для груп, інтереси яких він представляє, зокрема.

Лобіст повинен з обережністю висувати вимоги і висловлювати побажання; він не може вимагати весь час і вже тим більше не повинен вимагати багато чого. При представленні інтересів не повинен мати місце дефіцит довіри. Лобі повинні остерігатися говорити про одне й те ж по-різному. Крім того, лобіст не повинен намагатися обдурити людей, йому необхідно вміти переконувати громадськість, вміти запевнити групи, створені на основі спільності інтересів, у тому, що лобісти хочуть запропонувати об'єктивно обгрунтовану допомогу.

Найважливіші якості, які повинні мати професійні лобісти, - це вміння працювати непомітно, а також дотримання нейтралітету по відношенню до політичних партій [1].

**Розділ 3. Політичний лобізм в Україні**

Ще декілька років тому слово «лобізм» в Україні було в дивину. Тепер же, за влучним висловом одного з журналістів, у нашій країні не лобіює хіба що ледачий [2]. Політичний лобізм – не розкіш, а засіб збалансування інтересів. Лобізм в Україні - політична, бізнес і соціальна реальність, коли значна частина українських політиків входить (або має бізнес-контакти) з тими чи іншими економічними групами впливу в цьому регіоні. За цією теорією групи впливу розділяються не за галузевою, а за територіальною ознакою. Політичний лобізм є сукупністю стратегій, технологій і прийомів, сенс яких – переконати особу, яка приймає рішення, в доцільності і необхідності прийняття певного рішення з позицій суспільного блага. З огляду на це досвідчений лобіст має бути схожим на спритного адвоката, здатного довести будь-що – і навіть ту тезу, що чорне – це біле. Однак якщо він у такий спосіб раз у раз «підставлятиме» «керованого» чиновника чи парламентарія, то довіра до нього пропаде. Та в будь-якому разі лобіст змушений вдаватися до переконування, інакше він автоматично перейде в зовсім інший розряд хабародавців або шантажистів.

Схему лобіювання роз'яснив депутат від Комуністичної партії України Олександр Голуб: «У кожній більш-менш великій бізнес-групі є депутат або кілька депутатів, з яким вона працює. Вони пишуть вигідні для цього бізнесу законопроекти і забезпечують їх проходження через профільні комітети. Потім вони домовляються з представниками різних фракцій для того, щоб законопроект у сесійній залі набрав мінімум 226 голосів ». Політик вважає, що навіть прийняття закону про лобістську діяльність не знищить подібні схеми - вони просто стануть більш витонченими. Відомі також приблизні суми, які «допомагають» домовитися з депутатами. Лобістам потрібно викласти близько $ 500 тисяч за потрібний закон. А за рішення на рівні Кабінету Міністрів або міністерства необхідно «поділитися» 25-30% майбутнього доходу. Після того, як Україна перейшла на пропорційну виборчу систему, можливості лобіювання у простих депутатів значно звузилися - тепер подібні питання вирішують лише керівник фракції і кілька персон, які мають вплив всередині неї [9].

Кабінет Міністрів доручив Мін'юсту розробити законопроект, що легалізує лобіювання. Про це повідомив міністр юстиції Микола Оніщук.

**Висновки**

Політичний лобізм - поняття для позначення професійної форми діяльності, покликаної забезпечити потрібне політичне рішення.

Згідно із завданням роботи, автор дослідив прояви політичного лобізму у різних країнах. У США лобізм набув такого розмаху, що нині про нього говорять як про цілу індустрію специфічних послуг. Головна особливість лобізму в США - те, що він є певним «стовпом» американської політичної системи, одним із «свобод об'єднаних» громадян. В українському варіанті лобізму є дуже специфічна форма. Там розвивається абсолютно нехарактерний для інших країн процес «завоювання» політпартій національним бізнесом.

Автор проаналізував історію походження терміну «лобізм» та виокремив ряд позитивних та негативних чинників, які є актуальними в наш час.

**Список використаної літератури**

1. Буряг Р. Регулирование лоббизмом в странах ЕС//Право и защита. –2009.-№9.//
2. Зущик Ю. Лобізм – корупція = реформи//Контекст.-2009.-№7.//
3. Исаев Б. Теория политики.-СПб.:Питер,2008.
4. Карханин С. Лоббизм проходит сквозь стену//Русская газета.-1994.-№7.//
5. Лернер М. Развитие цивилизации в Америке.-М.: Политиздат,1992.
6. Малютин М. Лоббизм всего лишь средство обогащения//Известия.-1994.-№4.//
7. Надрин О.С. Лобізм:реалії та перспективи//Известия.-1994.-№6.//
8. Фридман Л. Введение в американское право.-М.:Олма-Пресс,1992.
9. Шрамович В. Особенности национального лоббизма//Известия в Украине.-2008.-№3.//