**СОДЕРЖАНИЕ**

**ВВЕДЕНИЕ**……………………………………………………………...3

**Раздел 1**

Общая характеристика лоббизма……………………………………….5

1.1. Понятие, природа и сущность лоббизма………………………5

1.2. Виды лоббизма………………………………………………….10

1.3. Методы и технологии лоббизма. Инструменты лоббистской

деятельности…………………………………………………………12

**Раздел 2**

Функции и нормативно-правовое регулирование лоббизма в Украине и за рубежом………………………………………………………………….16

2.1. Функции лоббизма……………………………………………...16

2.2. Нормативно-правовое регулирование лоббизма в Украине и за

рубежом………………………………………………………………17

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

**СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ**

**ВВЕДЕНИЕ**

В современном демократическом обществе существует множество различных добровольных объединений людей (групп интересов), стремящихся довести свои требования до властных структур. Одни из них используют экономические рычаги, другие действуют менее заметно - в коридорах власти. Наиболее распространённой формой воздействия этих организованных (групп интересов) на органы власти является лоббирование.

В развитых странах Запада лоббисты представляют собой штат высококвалифицированных специалистов, способных собрать необходимую информацию и склонить органы власти к принятию решения в пользу той группы, интересы которой они представляют. Часто лоббисты выполняют роль посредников в разного рода сделках между группами интересов и политическими деятелями, в том числе законодателями и членами правительства, тем самым оказывая существенное влияние на формирование политического курса страны. Таким образом, лоббизмзанимает важное место в механизме демократии.

**Актуальность темы** обусловлена тем, что она является важной для понимания механизма функционирования современного демократического государства. Сегодня тема лоббизма приобретает особую актуальность в свете попыток украинской политической администрации по-новому выстроить свои взаимоотношения с элитами и олигархическими группировками, создать такие политические механизмы, которые ставили бы их хотя бы в относительно равное положение перед властью и препятствовали получению одними группами заведомых преимуществ перед другими.

**Целью данной работы** является рассмотрение природы и функций лоббизма как политического института.

В соответствии с поставленной целью в работе предстоит решить следующие **задачи**:

1.рассмотреть понятие, природу, виды, методы и функции лоббизма;

2.показать общественное значение лоббизма;

3.охарактеризовать регулирование лоббизма в Украине и за рубежом.

**Объектом исследования** данной работы является организация, природа и функции лоббизма.

**Предметом** изучения данной курсовой является механизм организации лоббизма.

При написании данной работы были использованы аналитический, сравнительный и исторический методы исследования. В работе использовались труды следующих авторов: А.А. Радугин, М.Н. Марченко, А.Э. Бинецкий. Использовались также, ресурсы сети Интернет.

Структурно работа состоит из введения, 2-х разделов, заключения, списка использованных источников (7 наименований). Общий объём работы составляет 26 страниц.

**Раздел 1. Общая характеристика лоббизма**

**1.1 Понятие, природа и сущность лоббизма**

Термин «лобби» и его производные происходят из церковного обихода. Этимологически слово «лобби» произошло от латинского «**lobby**» (открытый портик, примыкающий к зданию; галерея). В XVI веке оно использовалось для обозначения проходов или крытых галерей в монастырях. Однако уже в XVII веке словом «лобби» стали называть помещение для прогулок в палате общин Англии. Во времена образования английского парламента в XIII веке, его собрания проходили нерегулярно, в разных помещениях и даже городах. В Средние века было обычным делом устраивать многие светские мероприятия и торжества в здании церкви. Стоит обратить внимание на то, что и сегодняшнее расположение английского парламента называется Вестминстер, что в переводе означает «западная монастырская церковь».

В научной и профессиональной среде можно выделить два подхода к толкованию термина «лоббизм».

В широком (обывательском) смысле под лоббизмом понимают любую деятельность граждан, ассоциаций бизнеса, партий и других организованных групп давления (в том числе и политических) по отстаиванию своих активных интересов. Стоит особо подчеркнуть, что в рамках этого подхода лоббизм – это не только давление бизнеса, общественных организаций на органы власти, но и деятельность самих субъектов власти, направленная на продвижение своих корпоративных интересов, получение особых властных преференций и т. п. Сторонники широкого понимания термина считают, что вполне допустимо говорить о лоббизме Президента, Правительства, депутатском лоббизме и т. д.

Сторонники другого подхода считают недопустимым столь широкое (обывательское) толкование термина «лоббизм». По их мнению, расширение состава участников лоббистской деятельности лишает слово присущей ему специфики, делая возможным его применение при описании любого взаимодействия, одной из сторон которого является представитель органа государственной власти. Известный ученый Алексей Автономов предлагает не путать понятия и четко определить термин лоббизм, как «действие представителей негосударственных организаций в ходе контактов с представителями государственных органов и органов местного самоуправления с целью добиться принятия (или непринятия) органами власти решений в соответствии с интересами специальных групп, выражаемыми указанными организациями». Ученый полагает ошибочным зачислять в лоббисты «партийные фракции», «депутатские группы», государственных должностных лиц и пр.

Лоббизм в этом смысле есть форма законного влияния «групп давления» на управленческие решения государственных органов в целях удовлетворения интересов определённых социальных структур (организаций, ассоциаций, территориальных образований, слоёв общества и т.п.).

Лоббизм весьма жёстко связан с политической властью. Можно даже вывести такую закономерность: лоббизм больше там, где больше реальной власти. Лоббизм – своего рода признак власти, её специфическая черта, «отметина». И наоборот, он не будет проявляться там, где власть отсутствует или где она выступает лишь в качестве номинальной силы.

Лоббизм как полноценный институт появляется тогда, когда уже существуют два необходимых условиях: - возникает большое многообразие интересов в обществе вследствие его социальной дифференциации, расслоения, «специализации»; - расширяется доступ к власти на основе политического плюрализма, что характерно прежде всего для демократических режимов.

В связи с тем, что власть объективно не в состоянии удовлетворить одновременно и наиболее полно все интересы, возникает проблема очерёдности, приоритета осуществления тех или иных интересов. Отсюда закономерно стремление различных групп и слоёв общества воздействовать на поведение государства в целях переориентации политики в свою пользу, стимулировать его, принимать выгодные для них управленческие решения.

Для наиболее эффективной реализации целей лоббизма существуют развитые материальные структуры. Во-первых, практически все крупные корпорации, предпринимательские союзы, профессиональные ассоциации, общественные и различные специализированные организации имеют в своём составе особые, занимающиеся только лоббистской деятельностью подразделения, насчитывающие до нескольких десятков и даже сотен человек (как правило, бывших советников, сенаторов, министров, чиновников, юристов и прочих специалистов, имеющих крепкие связи, соответствующих способностей и качества). Во-вторых, заинтересованные группы, особенно монополии, активно пользуются услугами наёмных лоббистов, в роли которых чаще всего выступают влиятельные юридические, пропагандистские и консультативные (профессионально-лоббистские) фирмы или их ведущие сотрудники. Наконец, нередко создаются организации типа предпринимательских, профессиональных или общественных по членству и другим признакам, но целиком или преимущественно лоббистские по назначению.

Современный энциклопедический социологический словарь характеризует лоббизм как раз с этих позиций. Лоббисты, указывается в нем, - это влиятельные дельцы и политики, стремящиеся оказать нажим на законодателей с целью отстоять выгодный определенным группам законопроект. Зачастую они не гнушаются никакими средствами: "ты мне, я тебе", "благодарности в конверте",и подобные методы. В США, напр., почти по каждой законодательной инициативе создаются группы доверенных лиц, которые действуют в кулуарах конгресса. В то же время лоббизм - это и постоянная деятельность хорошо финансируемых профессиональных "толкачей". Они имеют в столицах свои штаб-квартиры, штаты сотрудников, в основном юристов и крупных отставных чиновников, генералов, хорошо разбирающихся в механизме реализации политических решений, сохранивших тесные контакты с их бывшими ведомствами. Они внимательно следят за тем, чтобы в законодательных органах не проходили законопроекты, которые повредили бы интересам их патронов - промышленным корпорациям, военным концернам, финансовым группам, организациям крупных фермеров и т.п.

При определении термина «лоббизм» нужно выделить еще несколько общих характеристик, которыми он обладает:

• наличие субъектов и объектов воздействия. Объектами воздействия, как правило, выступают законодательные, исполнительные органы власти и их должностные лица, работники аппарата органов власти и т.д.;

• лоббистская деятельность ведется в чьих-то интересах;

• лоббисты выполняют функцию посредничества между влиятельными заинтересованными группами, финансовыми корпорациями, коммерческими организациями; политическими партиями, общественными объединениями, гражданами и государственными органами (исполнительными и законодательными органами власти);

• лоббизм допускает возможность отстаивания интересов отдельных лиц, групп граждан, организаций и объединений. Интересы могут быть как общие, так и противоположные. Все они стремятся отстоять свои личные или представляемые интересы.

Из всего вышесказанного ясно, что «лоббизм», кроме сложности и емкости, понятие достаточно широкое. Он разнообразен, а процесс его формирования различен, но при этом существуют объективные универсальные правила формирования лоббизма.

Процесс формирования и стадии лоббизма можно описать так:

1) формирование конкретного интереса;

2) определение лоббистской цели;

3) выявление адресата давления - объект лоббистской деятельности;

4) оформление субъекта, осуществляющего лоббистскую деятельность и определение форм и методов осуществления лоббистской деятельности;

5) организация лоббистского давления;

6) результат лоббистской деятельности - решение, действие (бездействие), отклонение и блокирование чей-либо инициативы;

7) последствия от принятия и исполнения решений или непринятия решения.

Предмет лоббизма – это то, ради чего осуществляется лоббистское давление, проводится лоббистская кампания и пр. Согласно самой распространенной классификации существуют следующие предметы лоббирования:

* ресурс - в этом случае субъекты лоббирования пытаются получить финансовые ресурсы, распределение которых осуществляется государственными органами;
* проблема – в этом случае субъекты лоббирования пытаются с помощью вовлечения государственных органов или отдельных политиков решить конкретные проблемы;
* позиция – в этом случае субъекты лоббирования предпринимают определенные действия для того, чтобы получить определенный статус, позицию (например, позицию монопольного игрока на определенном сегменте рынка).

Итак, лоббизм – это совокупность целенаправленных усилий по оказанию влияния на процесс принятия государственных решений в целях отстаивания групповых или индивидуальных интересов; специфический институт политической системы, представляющий собой механизм воздействия частных и общественных организаций политических партий, профсоюзов, корпораций, предпринимательских союзов и т. п. (т. н. групп давления) на процесс принятия решений парламентом. Прежде всего лоббизм относится к бюджетным ассигнованиям, финансовым дотациям, руководящим постам в парламентских комитетах и т. п. Лоббизм возник впервые в США, где лоббистская деятельность с 1946 регулируется федеральным законом. На мой взгляд, лоббизм *–* этодеятельность юридических и физических лиц в отношении федеральных органов государственной власти с целью оказания влияния на выполнение последними своих полномочий, предусмотренных законодательством; это давление на власть, на людей, принимающих решения, со стороны разного рода группировок, или так называемых групп давления.

**1.2 Виды лоббизма**

Лоббизм может проявляться в разных сферах и соответственно иметь различные виды. Например в зависимости от того, в какой ветви власти «решается вопрос», можно выделить законодательное, исполнительное и судебное лоббирование.

Условно можно говорить, что лоббизм в средствах массовой информации, которые в связи с их мощным воздействием на сознание и поведение людей в сфере политики обосновано считается «четвёртой ветвью власти». Сам же лоббизм (на Западе, в США) достаточно престижный вид деятельности, некоторые называют его «пятой ветвью власти». В зависимости от того, в каком управленческом решении достигаются цели лоббирования, оно может подразделяться на правотворческое (лоббизм в законодательных органах через нормативные акты), правоприменительное (лоббизм через акты применения права) и правоинтерпритационное (лоббизм через акты толкования права).

В зависимости от характера интереса, который «продавливается», можно выделить политическое, социальное, экономическое, финансовое, правовое и другое лоббирование.

В зависимости от времени действия бывает «одноразовый» и постоянный лоббизм.

В зависимости от того, на каком уровне власти происходит лоббирование, оно может классифицироваться на федеральное (в системе высших органов государственной власти и управления) и местное (в республиканских, краевых, областных органах).

В зависимости от того, в чью пользу «решается вопрос», лоббирование может подразделятся на следующие разновидности:

- лоббирование различных социальных структур: общественных организаций, движений, партий, групп, слоёв (профсоюзы, антивоенные и экологические движения, предпринимательские союзы и т.д.).

- ведомственное лоббирование - это лоббизм министерств, ведомств, государственных комитетов, отраслевое «продавливание» тех или иных интересов.

- региональное лоббирование - это воздействие на власть со стороны представителей республик, краёв, областей, районов и прочих мест, «выбивающих» определённые льготы и преимущества для регионов.

- иностранное лоббирование- это влияние зарубежных «групп давления» либо национальных общин на те или иные государственные органы с целью добиться от них определённых решений. Так, значительное место в структурах американского общества занимают лобби - еврейское, польское, арабское и др. Наиболее действенные рычаги при этом - деньги, пресса, голоса избирателей, переплавляемые во влияние.

Лоббизм представляет собой одну из наиболее распространенных форм представительства интересов. При этом в общественном сознании и политическом дискусе доминирует исключительно негативное отношение к лоббизму, который зачастую воспринимается как синоним коррупции. Таким образом, понятие лоббизма как разновидности функционального представительства интересов, анализируются как негативные, так и позитивные стороны данного явления. Кроме того, значительное внимание уделяется истории и месту лоббизма в современной политической системе различных зарубежных стран, обобщается зарубежный опыт регулирования лоббистской деятельности. На основе проведенного анализа лучшей практики лоббизма и обзора современного состояния лоббизма делаются выводы относительно необходимости и возможных форм регулирования лоббизма.

**1.3 Методы и технологии лоббизма. Инструменты лоббистской деятельности**

Методы лоббистской деятельности в политической сфере жизни общества разнообразны. К наиболее распространенным относятся: взносы денег на избирательные компании; участие в ведении политических компаний; организация пропагандистских мероприятий; объединенное лоббирование несколькими организациями; воздействие на законодателя через влиятельного избирателя, личного друга; денежное вознаграждение; организация досуга и т.д. Таким образом, одной из негативных сторон лоббизма является склонность его участников к удовлетворению своекорыстных интересов, создание питательной среды для возможных злоупотреблений и коррупции. Поэтому с расширением практики лоббизма растет и арсенал средств его ограничений. К ним относятся: жесткая правовая регламентация лоббизма, расширение круга его участников и поощрение конкуренции между ними, повышение профессионализма и требований к профессиональной этике государственных служащих,

совершенствование механизма лоббирования.

Выделяют три основных формы лоббизма: "прямой", "косвенный" и "внутренний". Прямой лоббизм - целенаправленная работа с представителями соответствующего государственного органа с целью добиться принятия решения, отвечающего конкретным интересам. Косвенный лоббизм - организация кампаний с целью оказания дав­ле­ния, которые проходят в основном за пределами государственных орга­нов, в поддержку того или иного решения, но часто без указания конкретного адресата. Внутренний лоббизм - деятельность какой-либо группировки внутри соответствующего органа с целью добиться различными путями принятия определенного решения.

Всем хорошо известны классические технологиилоббизма**.** К такимтехнологиям относятся**:**

1. Внедрение агентов влиянияв структуры компаний-конкурентов и аппарат профильных ведомств**.** Агенты влияния могут быть полезны и для навязывание повестки и регламентарассмотрения лоббируемых вопросов**.** Добиться этого можно вхождением в наблюдательные общественные органы при власти**,** либо имея в соответствующих органах своих представителей**.**

2. Навязываниеконкурентам заведомо неэффективных(но внешне перспективные) объектов лоббистского воздействия.Тем самым вы заставляете их тратить свои ресурсы и приобретать имидж неэффективных лоббистов**.**

3. Перетягиваниесубъектов политического процесса на свою сторону не только переговорами**,** но и силой событий. Соответственно**,** можно инспирировать эти события… Необходимо искусственно создавать локальные кризисы**,** которые подтолкнут ЛПР (лицо**,** принимающее решение) выбрать именно Ваш вариант решения проблемы**.**

4. Кризисные тенденции в отрасли необходимо канализироватьна своих конкурентов. К примеру если поступает информация**,** что Правительство вынуждено увеличить налоговое бремя на часть (не важно вашу или конкурентов) профильного отраслевого сектора**,** то необходимо направить эти налоговые репрессии в первую очередь против конкурентов**.**

5. Необходимо активно сотрудничать с региональными и общефедеральными ассоциациями**,** специализирующимися на защите различных интересов в органах государственной власти**.** В деле приобретения союзников необходимо продвигать принцип пирамиды**:** чем шире основание, тем выше верхушка.

6. Необходимо как минимум знать политических противников тех чиновников, которые работают на ваших конкурентов. Вопрос активной работы с такими контрагентами решается в зависимости от конкретной оперативной потребности**.** Однако соответствующая база данных должна всегда иметься в портфеле лоббиста**.**

7. Также в портфель лоббиста должен входить известный объём информации о личных "слабостях"конкурентов и контрагентов**.** В единичных ситуациях подобные знания можно употребить весьма эффективно**.** Ко всему прочему**,** информированность позволит экономить ресурсы лоббиста**,** который**,** подбирая подход к той или иной фигуре**,** вынужден нести известные материальные и временные затраты**.**

8. Играй против игрока,а не только против расклада.Составление картотеки контактов всех известных лоббисту контрагентов**,** а также компаний-конкурентов**.** В нужный момент они будут запущены и все "грязные дела" конкурентов будут предъявлены тем контрагентам**,** с которыми они попытаются выстроить лоббистскую деятельность**.** Таким образом**,** поле для манёвра лоббистов-конкурентов значительно сужается**.**

9. Участие в исках и судебных тяжбах. Апеллирование лоббиста в арбитражном суде является скорее весьма эффективным способом торможения процесса принятия какого-либо решения**,** переговоров**,** либо реализации неугодного проекта**.**

10. Игра на противостоянии депутатов и внепарламентских активистов их партии. Активисты часто завидуют депутатам. Депутаты видят в активистах конкурентов. Лоббист должен поддерживать эти страхии сотрудничать с обеими сторонами**.** Протестные кампании (митинг**,** забастовки и т**.**п**.**) уместно устраивать в тех случаях**,** когда достоверно известно**,** что ЛПР или его начальство не смогут не учесть данный фактор**.** Весьма важно работать с командой лоббистов конкурента**.**

11. Ещё один важный аспект технологического мастерства лоббиста - умение использовать тех чиновников, которые на первый взгляд не имеют отношенияк лоббируемой вами сфере.

12. Необходимо создавать и усиливать противников компании-конкурента в стане чиновников "нейтральной стороны.Необходимо создать непреодолимые противоречия между конкурентом и **"**нейтральными**"** чиновниками**.** Это предупредит союз компании-конкурента с нейтральной (но политически лояльной руководству) частью бюрократии**,** изолирует его**,** вынудит распылить линию лоббистской обороны**,** тратить больше сил и средств**.** При необходимости**,** одновременно можно работать с той частью кадров в лагере компании-конкурента**,** которая стремится сохранить союз с "нейтральными" чиновниками**.** Важно**,** чтобы эти кадры пользовались широкой поддержкой у себя в лагере**.**

Наиболее эффективными инструментами лоббистской деятельности являются:

1. Рекрутирование своих сотрудников во власть**.**

2. Подкуп должностных лиц**.**

3. Неформальные контакты (в т**.**ч**.** - игра на личных слабостях)**.**

4. Участие в работе политических и общественных организаций (в т.ч. **-** профессиональных объединений)**.**

5. Покровительство чиновников**.**

6. Судебные процедуры (иски**,** тяжбы**,** апелляции**,** аресты)

7. СМИ (в т**.**ч**.** печатная пресса**,** телевидение**,** интернет)

Одним из легальных методов лоббистской деятельности является создание в крупных корпорациях специальных отделов по связям с органами государственной власти – так называемые, GR-отделы (от англ. Government relations), которые специализируются на взаимодействии с представителями государства. Другим методом продвижения интересов может быть создания межорганизационных объединений, бизнес сообществ, ассоциаций и т.д.

Лоббистская деятельность представляет целый ряд потенциальных угроз, основная часть которых связана с искажением представительства общественных интересов (представительство интересов меньшинства в ущерб большинству), дезинформацией представителей органов государственной власти, а также закрытостью лоббистской деятельности и вытекающей из этого коррупции и сращивания государственных и коммерческих структур (корпоративизм). Однако лоббизм, будучи формой функционального представительства интересов предоставляет государству и обществу в целом ряд серьезных преимуществ, связанных с более оперативным, нежели при политическом представительстве интересов, информировании должностных лиц, принимающим решения в системе управления. В связи с этим во многих странах мира лоббизм является легальным видом деятельности и существует его специфическое регулирование. В частности, можно говорить о двух основных моделях регулирования лоббизма – американской (лоббизм представляет собой специальную системой представительства интересов граждан, которая регулируется специализированным законодательством), германской (лоббизм является легальным видом деятельности, однако специального закона о лоббизме не существует) и французской (лоббизм является незаконным, однако существует Социально-экономический совет, состоящий из представителей профессиональных групп страны, который выполняет роль своеобразного «лоббистского парламента»).

**Раздел 2. Функции и нормативно-правовое регулирование лоббизма в Украине и за рубежом**

**2.1 Функции лоббизма**

«Отрицательные» стороны лоббизма очевидны: то, что может быть выгодно одной социальной группе, может быть не выгодно всему обществу. Совсем необязательно, что лоббист будет представлять интересы большей части общества. Следует учесть, что группы давления - это по большей части элитные группы, для которых характерны свои интересы, отличные от большинства населения. Однако большинство специалистов утверждает, что лоббизм – абсолютно легитимный и нужный институт в гражданском обществе. Вот основные функции лоббизма:

* посредничество между обществом и государством

Лоббисты представляют интересы общества перед органами государственной власти. Добиваясь своих, чаще всего экономических целей, лоббисты реализуют интересы большинства населения. Например, если лоббист представляет интересы крупной промышленности, то добившись инвестиций, он обеспечит работников предприятия зарплатой.

* замещение представительства

Лоббисты в некоторых случаях представляют интересы части общества, замещая при этом официальных представителей (чиновников, депутатов законодательных органов власти) народа.

* упорядочивание плюрализма общественного мнения

## Многие партии имеют похожие программы, которые не совпадают в определенных позициях (например, в современной России это Яблоко и СПС, Единство и Отечество), лоббисты упорядочивают резкость мнений, реализуя интересы, а не отстаивая позиции партий.

* информационная функция

Такой канал лоббирования как СМИ выполняет функцию информирования широкой публики о каких-то событиях, фактах из жизни политиков и т.д. Возможно, это не самый легитимный способ лоббирования, ведь каждый журналист может иметь собственное мнение о события, которое может не быть объективным.

* постановка актуальных вопросов

Лоббисты, добиваясь своих целей, ставят актуальные вопросы перед общественностью и органами государственной власти. Например, когда в США получили широкое распространение видеокассеты именно лоббисты подняли вопрос перед законодательной властью о проблеме незаконного копирования кассет.

**2.2**  **Нормативно-правовое регулирование лоббизма в Украине и за рубежом**

Лоббизм - это деятельность, которая охраняется конституциями многих стран, в том числе и Конституцией Украины. Конституция Украины, хоть прямо и не регулирует лоббистскую деятельность, но создает условия для такой деятельности, гарантируя «каждому право на свободу мысли и слова, на свободное выражение своих взглядов и убеждений» (статья 34); «на свободу объединения в политические партии и общественные организации для осуществления и защиты своих прав и свобод и удовлетворения политических, экономических, социальных, культурных и других интересов» (статья 36); «принимать участие в управлении государственными делами» (статья 38); и «направлять индивидуальные или коллективные письменные обращения либо лично обращаться в органы государственной власти, органы местного самоуправления...» (статья 40). Из этого видно, что лоббирование, по крайней мере, не противоречит Конституции Украины.

На основании того, что лоббирование природно содержит в себе конфликт интересов различных социальных или профессиональных групп, законодатели многих стран контролируют этот процесс различными постановлениями и правилами. Пока еще в Украине не существует никаких юридических механизмов, которые бы регулировали деятельность лоббистов, хотя, без сомнения, лоббирование уже присуще украинской политике.

В данном контексте интересным представляется механизм, разработанный Законом Украины «Об обращениях граждан» в развитие нормы Конституции Украины о праве граждан на обращение в органы власти. Некоторые положения этого закона прямо подразумевают механизм лоббирования (правда, в основном в индивидуальных отношениях гражданин-государство), но само это понятие в Законе не обозначается.

«Граждане Украины имеют право обратиться в органы государственной власти, местного самоуправления, объединения граждан, на предприятия, в учреждения, организации независимо от форм собственности, средства массовой информации, к должностным лицам в соответствии с их функциональными обязанностями с замечаниями, жалобами и предложениями, касающимися их уставной деятельности, заявлением или ходатайством о реализации своих социально-экономических, политических и личных прав, законных интересов и жалобой об их нарушении» (статья 1). Эта норма является производной от указанной выше статьи 40 Конституции Украины. Среди органов, учреждений и лиц, к которым возможно обращение следует отдельно выделить те, в обязанностях которых работа с обращениями граждан является одной из главных. Из этих органов и лиц для исследования особый интерес представляют депутаты.

В соответствии со ст.ст. 10, 24 Закона Украины от 17 ноября 1992 г. «О статусе народного депутата Украины» депутат рассматривает полученные им предложения, заявления и жалобы избирателей, принимает меры к их законному и обоснованному решению; изучает причины, порождающие жалобы, может вносить соответствующие предложения в Верховную Раду Украины и ее органы, местные советы, в иные государственные органы и органы объединений граждан, предприятия, учреждения, организации. Депутат имеет право с привлечением, при необходимости, своих референтов-консультантов, представителей объединений граждан, контрольных органов осуществлять контроль за рассмотрением полученных предложений, заявлений и жалоб в государственных и прочих органах и принимать личное участие в их рассмотрении.

Как видно, указанные законы оставляют довольно широкое поле для лоббирования, что, однако, не означает такую же широкую практику в этом вопросе. По всей видимости, это связано с особенностями индивидуального политического сознания гражданина, которые определяют и низкую политическую активность в целом.

Попытки дать правовую оценку лоббизму за рубежом делались еще в XIX веке, когда некоторые штаты США постановили считать его на своей территории преступлением. С начала XX века стали вноситься законопроекты на федеральном уровне. В 1946 году был принят и действует до сих пор Федеральный закон о лоббизме, являясь основной юридической нормой в этом вопросе. Принятие этого закона было вызвано требованием общественности обуздать чрезмерное влияние групп давления.

Этот нормативный акт распространяется только на лоббистов, осуществляющих свою деятельность в Конгрессе США, и обязывает их регистрироваться и предоставлять «характеризующую» информацию. Все денежные взносы подлежат, в зависимости от суммы, различной степени регистрации. Практическим результатом принятия Закона стало получение информации о целях лоббистов, их числе и сумме регистрируемых «белых» взносов, процент которых незначителен. В настоящее время практически во всех штатах введены в действие законы о регулировании лоббизма, аналогичные федеральному.

Вместе с тем практика реализации данного закона (и некоторых других, связанных с ним) свидетельствует, насколько трудно бывает выработать и сформулировать однозначные принципы и нормы, применимые к деятельности большого числа неоднозначных и разнохарактерных организаций. Необходимо учитывать и то, что такой закон будет «работать» лишь в том случае, если существует и функционирует специальный контрольный орган, наделенный широкими полномочиями и располагающий достаточными средствами. Лоббирование иногда поощряется самой процедурой законотворчества. Так, в Великобритании приглашение реакции заинтересованных групп подразумевается изданием Парламентом «зеленого документа» (green paper), - дискуссионного документа, предшествующего выпуску законопроекта. По результатам дискуссии издается «белый документ» (white paper), содержащий реакцию не зеленый документ и служащий основой для законопроекта. Если на стадии «зеленого документа» реакция приветствуется, то после издания белого документа для эффективного лоббирования время уже упущено.

Есть и другие подходы к упорядочению лоббизма. Так, в Австрии, Франции, Голландии пошли по пути создания специального института - «социально-экономического совета», который, имея весьма четкий юридический статус, выполняет роль своеобразного «лоббистского парламента». Он может выступать в качестве консультативно-совещательного органа, а может обладать и правом решающего голоса в законотворческом процессе. Но и тут до эффективного урегулирования еще далеко, ибо остаются без ответа, в частности, следующие вопросы: какие лоббистские группы могут и должны быть представлены в данном органе и иметь в нем право голоса? Каким образом учитывать изменение численности существующих в стране лоббистских групп?

В Германии нет ни федерального закона о лоббизме, ни специального института, осуществляющего основные направления лоббистской деятельности, главные потоки лоббистской информации. Там используются иные способы и средства. Упор делается не на юридическое нормирование (как в США), хотя, конечно, и здесь правовое регулирование обозначенных проблем имеет место, и не на создание специальной структуры (как в Австрии, Франции и т.п.), хотя и без структурирования тоже не обходится, а на широкую сеть союзов, групп, объединений, представляющих перед лицом государства те или иные интересы, на развитие социальной ответственности организаций гражданского общества В этом и заключается специфика «германского пути» упорядочения лоббизма. Подобный подход позволяет государственным органам привлекать к работе над законопроектами многочисленных вневедомственных экспертов и консультантов, создавать на временной или постоянной основе различные совещательные структуры, не обладающие четким правовым статусом, и т.п.

В связи с тем, что лоббизм имеет такой широкий «веер» возможных последствий, он, безусловно, нуждается в упорядочении, юридическом оформлении. Общество и государство должны совместно участвовать в налаживании механизмов трансформации негативных моментов лоббирования в позитивные, в использовании эффективных инструментов минимизации вредных результатов от лоббизма и в наращивании позитивных.

Вероятно, лучше создавать легальные формы для лоббирования с тем, чтобы их можно было хоть как-то контролировать. Вместе с тем надо отдавать себе отчет в том, что абсолютного контроля над данным явлением установить невозможно. Он многолик, многогранен, воплощается зачастую в уникальных формах. В различных странах ввиду своеобразия демократического строительства, институтов и норм, существующих там, пытаются найти свои пути к разрешению проблемы упорядочения лоббистской деятельности.

В Украине же, я думаю, все же необходимо принятие определенных правил лоббирования и разработка соответствующего механизма. Это даст возможность вывести определенную часть коррупционных деяний из тени, взять ее под контроль (по крайней мере, в законодательной сфере), придать открытый характер самой лоббистской деятельности, преодолеть негативное отношение к ней многих политиков и общества в целом. Лоббизм природно нуждается в урегулировании его нормами права. Мировой опыт лоббирования предлагает основные принципы этого урегулирования. Данное явление присуще и украинской политической системе. Его специфика заключается в том, что объективно создаются нормальные условия для развития и функционирования, но общественное сознание настроено к лоббизму отрицательно как к проявлению коррупции, а сейчас создаются условия для формирования правовой базы лоббизма.

Основным выводом является то, что лоббизм - это более позитивное, нежели негативное явление благодаря тому, что лоббистская деятельность:: 1) усиливает легитимность парламента; 2) является источником информации не только для граждан, но и для самих депутатов; 3) благоприятствует обмену знаниями взаимопониманию между депутатами и общественностью; 4) содействует становлению парламента как демократического открытого органа; 5) влияет на популярность депутатов; 6) выполняет представительскую функцию; 7) повышает эффективность принятия решений.

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Таким образом, подводя итог, можно сказать, что лоббизм, безусловно, представляет собой важный механизм принятия взвешенных государственных решений на основе согласования различных позиций и интересов. Наступило время и у нас вывести "теневой" отечественный лоббизм "на свет", превратить его в полноценный политический институт, каковым он, к примеру, является в США и Западной Европе, где в органах власти представлены не только мощные корпоративные структуры, но и интересы различных сегментов общества, включая еще не родившихся детей, которых с момента зачатия оберегают от грубого обращения.

Для упрощения процедуры представления интересов граждане объединяются в союзы, объединения, ассоциации и др. Эти организации занимаются представительством интересов общества. Процесс представления интересов общества называется лоббированием. Основой лоббизма в любом случае является та или иная социальная группа, т.н. группа интересов. Группами интересов называют добровольные объединения людей, коллективов и организаций с формальной основной структурой, в которой личные требования соединены с материальной и духовной общественной пользой и которые выражают себя внутри своей организации или высказываются относительно других групп и политических институтов.

Достоинства лоббизма:

1) влияя на управленческие решения, он заставляет “держаться в форме” органы государственной власти и управления, в определенном смысле конкурирует, соревнуется с ними, придает им большую динамику и гибкость;

2) выступает инструментом самоорганизации гражданского общества, с помощью которого мобилизуется общественная поддержка или оппозиция какому-либо законопроекту, оказывается влияние на политику (лоббизм в этой ситуации — своего рода соперник бюрократии; в условиях становления рыночных отношений, когда государство часто устраняется от защиты интересов различных социальных групп и слоев, этот вакуум должен быть заполнен соответствующими структурами гражданского общества);

3) создает возможности для обеспечения интересов меньшинства, ибо выступает в качестве специфической формы проявления политического плюрализма;

4) воплощает собой принцип свободы социальных негосударственных структур: ассоциаций, общественных организаций, слоев и т.п.

5) применяется как своеобразное социально-политическое стимулирование, направленное на ускорение претворения в жизнь тех или иных целей и интересов, на побуждение к конкретным действиям;

6) позволяет расширить информационную и организационную базу принимаемых решений и обратить внимание на “кричащие” проблемы (лоббирование выступает в виде системы аргументации, механизма подготовки и принятия соответствующих актов);

7) лоббизм можно рассматривать как инструмент взаимодействия представительной и исполнительной власти;

8) лоббизм можно оценивать и как более широкое средство достижения компромисса, способ взаимного уравновешивания и примирения интересов, взаимовыгодного сотрудничества.

Недостатки лоббизма:

1) лоббизм может стать инструментом приоритетного удовлетворения иностранных интересов в ущерб интересам государственным, т.е. реализоваться подчас как “непатриотическое” средство;

2) он выступает иногда проводником неправового воздействия (давления) на государственные органы, здесь уже надо говорить о преступных видах лоббизма (взяточничестве, коррупции и т.п.), которые “подтачивают” фундамент власти;

3) может служить фактором развития и защиты ведомственности, местничества, национализма и т.п., усиливать крайние формы удовлетворения “специальных интересов”;

4) лоббизм таит в себе немалую опасность “размывания” народовластных устоев общества, превращения демократических институтов в мощный инструмент отдельных властных групп;

5) лоббистские мероприятия в определенных условиях могут проявляться в форме социальной несправедливости (как показывает социальная практика некоторых западных государств, результативность лоббизма большого бизнеса, благодаря финансово-материальным возможностям, гораздо выше, чем других субъектов, что может дестабилизировать обстановку, дисбалансировать интересы социальных групп, содействовать росту напряженности в обществе);

6) лоббизм зачастую блокирует действительно нужные управленческие решения, препятствует удовлетворению общественно ценных интересов, сопутствуя осуществлению интересов чиновничьих;

7) лоббизм иногда существенно мешает стабильной и оперативной государственной политике, ибо может быть направлен, например, на постоянное перераспределение бюджета (“перетягивание одеяла на себя”), на частую смену приоритетов, на усиление позиций одной ветви власти при одновременном ослаблении другой и т.п.;

8) лоббизм может использоваться и в более “прозаичных” целях — как инструмент обогащения отдельных слоев, элит.

С моей точки зрения, лоббизм – это особая система и практика организации отдельных групп общества путем целенаправленного влияния на органы законодательной и исполнительной власти.

**СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ**

1.Радугин А.А. Политология: курс лекций: учебное пособие для вузов – Москва: Центр, 1998.

2.Василик М.А. Политология: учебник для вузов – Москва: Гардарики, 1999.

3.Марченко М.Н. Политология: курс лекций - Москва: Зерцало, 1999.

4.Михайлов А.Н., Хрулёв Д.Г. Политология: курс лекций – Симферополь, 1998.

5.Бинецкий А.Э. Лоббизм в современном мире – Москва: Теис, 2004.

6.Султанов Д. «Лоббизм в современном мире» - [www.lobbizm.ru](http://www.lobbizm.ru)

7.Определение лоббизма – www. apsanet.org