

Тема 3. *Поняття лобізму. Його сутність*

1. Поняття лобізм. Виникнення політичного лобізму.
2. Типологія лобізму

Лобізм (від англ. Lobby – кулуари, де депутати парламенту могли спілкуватися зі сторонніми) – специфічний інститут політичної системи, що визначає механізм впливу приватних чи суспільних організацій – політичних партій, корпорацій, союзів тощо – на прийняття рішень парламентом.

Або - “сукупність норм, що регулюють взаємодію (участь) громадян, суспільних організацій, організацій, що спеціалізуються на лобістській діяльності та інших суб’єктів правовідносин з органами державної влади та органами місцевого самоврядування для здійснення впливу на прийняття необхідних лобістам рішень”.

Значущість лобізму на політичній арені сучасності не тільки не слабшає, але з кожним роком зростає. Лобізм набуває масового характеру, формується фінансована індустрія лобізму, окремі лобістські кампанії здобувають статус соціальних рухів.

Сьогодні з точністю ніхто не може стверджувати, чи існують такі рішення, які ухвалювалися б представниками влади за відсутності впливу на них з боку зацікавлених осіб. Так само важко уявити, щоб великі економічні структури не намагалися вирішити частину своїх проблем за рахунок взаємодії з владою.

Підвищення ролі лобізму у політиці призводить до трансформації демократії від цивільного представництва до представництва інтересів. Трансформація зумовлена тим фактом, що з’являються нові й доволі впливові агенти політичного поля – групи інтересів, які впливають на владу, причому найчастіше здійснюючи власне прямий вплив.

Лобізм є не тільки одним з головних механізмів вироблення й прийняття державних рішень, але й важливою діючою силою становлення плюралістичної демократії за рахунок впливу, що здійснюється на органи державної влади. Лобізм і здійснювані в його межах політичні комунікації є тим феноменом, в якому і лобістами, і представниками влади задіюються найрізноманітніші комунікаційні ресурси.

Феномен лобізму за своєю суттю – явище в чистому вигляді комунікаційне, оскільки він ґрунтується на впливі та домовленостях. Комунікативний характер лобізму одержав визнання навіть у юриспруденції: так, у законодавчих актах, що регулюють лобізм у США, починає фігурувати поняття “лобістської комунікації”.

Для того щоб виділити якісні відмінності лобі від двох попередніх, необхідно звернутися до *передісторії виникнення лобізму*. У середньовічній

Англії словом "лобі" називали криті галереї та прогулянкові майданчики в монастирях. Пізніше ними стали позначати вестибюль і коридори в будівлі англійського парламенту, куди депутати палати громад йшли голосувати. У зв'язку з відсутністю спеціальних кабінетів депутати були змушені залишатися довгий час в цих коридорах Вестмінстерського палацу, де їх наздоганяли, хапаючи за гудзики сюртуків, перші лобісти - натовпу прохачів з усіх кінців країни зі скаргами і клопотаннями.

Політичний сенс лобізм набув в кінці XVIII - початку XIX ст. У Сполучених Штатах лобізм здійснювався відповідно до прийнятої в 1789 р першою поправкою до Конституції, яка гарантує, зокрема, право громадян звертатися в офіційні органи з скаргами. У 1876 р був прийнятий закон, згідно з яким всі здійснюють лобістську діяльність зобов'язані були заявити про себе і офіційно зареєструватися у клерка нижньої палати парламенту.

Довгий час під лобізмом в США розумілося відкрите і наполегливе відстоювання насамперед певних зовнішньополітичних інтересів. Саме цей сенс був вкладений в Закон 1938 року про іноземних агентів, що зобов'язує їх реєструватися і звітувати про свою діяльність. Норми закону застосовувалися, якщо одна зі сторін діяла від імені іноземного уряду, іноземної політичної партії, самостійного іноземного суб'єкта, який займався лобістською діяльністю або був частиною представництва цієї іноземної клієнта. Цікавим є той факт, що даний закон був прийнятий в якості заходів щодо запобігання нацистської і комуністичної пропаганди в США. Тільки в 1966 р в нього були внесені поправки, що змістив акцент з пропагандистською на політичну і економічну діяльність.

Пізніше, в 1964 р, термін "лобіювання" в США почав позначати "покупку голосів за гроші в коридорах Конгресу", тобто ***спочатку лобі розглядали як корупційну складову***. Така практика спочатку засуджувалася громадськістю, але потім закріпилася в політичному процесі багатьох західних країн. Пік популярності терміна "лобізм" в західній соціології припадав на 50-60-і рр. XX століття.

Під лобізмом (англ, lobbyism, від lobby - кулуари) стали розуміти тиск на парламентаріїв шляхом особистого або письмові звернення або іншими способом (організацією масових петицій, потоку листів, публікацій, підкупом) з боку будь-яких груп ши приватних осіб, мета яких - домогтися прийняття або відхилення законопроекту.

Деякими вітчизняними дослідниками лобіювання розглядається як ***процес з просування інтересів приватних осіб, корпоративних структур*** (а також їх професійних лобістських фірм і громадських організацій) в органах державної влади з метою домогтися прийняття вигідного для них політичного рішення (Толстих).

Причина поширення лобізму в багатьох західних країнах пояснюється розширенням внепарламентського процесу взаємодії держави і громадянського суспільства з метою прийняття певних політичних рішень. Деякі люди з різних причин не звертаються для захисту і просування своїх інтересів до партій і рухів, намагаючись вирішити свої питання кулуарно. Тому практика лобювання приватних інтересів стала поширюватися з парламентської сфери на виконавчу і судову владу. За визначенням англійського дослідника С. Е. Файнера, під лобізмом розуміється будь-яка діяльність структур, що впливають на органи державної влади з метою сприяння власним інтересам.

Лобізм як повноцінний інститут проявляється тоді, коли існують щонайменше дві необхідні умови:

- У суспільстві виникає велике розмаїття інтересів внаслідок його соціальної диференціації.
- Розширюється доступ до влади внаслідок розвитку політичного плюралізму, що є характерним насамперед для демократичних суспільств.

Таким чином, лобізм як процес виступає як специфічної діяльності людей по наданню тиску на органи державної влади з метою вплинути на процес прийняття ними рішень. Це - система і практика реалізації інтересів різних груп індивідів шляхом організованого впливу на законодавчу, адміністративну та іншу діяльність державних органів.

Лобізм займає чільне місце в суспільстві, маючи як позитивні, так і негативні риси. Зупинимося коротко на основних позитивних та негативних аспектах цього явища. Серед плюсів лобізму можна назвати такі:

1. Лобізм до певної міри “конкурує” з органами державної влади, змушуючи їх постійно перебувати “у формі”, надає їм динамічності та гнучкості.
2. Лобізм виступає інструментом самоорганізації громадянського суспільства, за допомогою якого мобілізується суспільна підтримка або опозиція певному рішенню чи законопроекту органів державної влади.
3. Лобізм створює можливості для захисту інтересів меншості, виступаючи у специфічній формі політичного плюралізму.
4. Лобізм надає додаткові можливості різноманітним соціальним недержавним структурам-асоціаціям для досягнення їхніх цілей.
5. Лобізм є також засобом активізації тих чи інших процесів у політиці, використовується як своєрідний соціально-політичний стимул, спрямований на реалізацію тих чи інших інтересів.
6. Лобізм дає змогу розширити інформаційну базу політичних рішень, що приймаються, інформуючи відповідні державні органи про певні нагальні проблеми. Лобісти забезпечують органи державної влади інформацією стосовно

ситуації на нижчому та інших суспільних рівнях, яка потім заслуховується на парламентських чи інших слуханнях, інформуючи законодавців про наявні проблеми. Лобіювання виступає у вигляді аргументації, механізму підготовки та прийняття відповідних актів.

7. Лобізм можна розглядати і як ширший засіб для досягнення компромісів, засіб взаємного врівноваження та примирення різноманітних інтересів. Загально визнано, що лобістські групи, відстоюючи часом абсолютно діаметрально протилежні інтереси своїх замовників, сприяють збереженню своєї рівноваги різних політичних сил, знаходженню точок дотику та досягненню консенсусу при прийнятті політичних рішень, адже, зрештою, основа лобізму – це взаємовигідна співпраця.

Лобізм також має достатньо серйозні недоліки. Серед основних “мінусів” лобізму можна виділити:

1. Лобізм може стати інструментом задоволення іноземних інтересів за рахунок національних інтересів.

2. Лобізм часто є провідником неправового впливу на владу. Тут треба говорити про його конкретні форми (корупція, хабарництво тощо), що підривають як фундамент влади, так і основи демократичного суспільства.

3. Лобізм може бути фактором захисту та розвитку націоналізму, відомчості тощо, посилювати крайні форми задоволення “спеціальних інтересів”.

4. Лобізм містить загрозу розмиття владних устоїв суспільства, перетворюючи демократичні інститути на інструмент окремих груп.

5. Лобістські заходи набирають у відповідних умовах форми соціальної несправедливості. Як показує соціальна практика західних країн, результативність лобізму великого бізнесу набагато вища (завдяки більшим фінансовим можливостям), ніж у інших груп та структур. Така ситуація, якщо стає правилом, може дестабілізувати обстановку, дисбалансувати інтереси та сприяти підвищенню напруженості.

6. Лобізм часто може блокувати справді потрібні управлінські рішення, перешкоджаючи задоволенню суспільно цінних інтересів.

7. Лобізм часто може заважати стабільній та конструктивній державній політиці, спричиняючи, наприклад, постійне “перекроювання” бюджету, часту зміну пріоритетів чи посилення позиції однієї гілки влади за рахунок послаблення іншої.

8. Лобізм може використовуватись й у зовсім прозаїчних цілях – як інструмент збагачення окремих груп чи еліт.

3. Типологія лобізму

Лобізм може проявлятися у різних сферах та формах, відповідно маючи різні види. Наприклад, залежно від того, в якій гілці влади “вирішується питання”, можна виділити лобізм • Законодавчий. • Виконавчий. • Судовий.

Залежно від того, в якому управлінському рішенні досягаються цілі лобіювання, воно може поділятися:

- на правотворне (лобізм в законодавчих органах через нормативні акти);
- правозастосувальне;
- правоінтерпретаційне.

Залежно від характеру інтересу, який “проштовхується”, можна також виділяти політичний, соціальний, економічний, фінансовий, правовий та інші види лобізму.

Залежно від того, на якому рівні проходить лобіювання інтересів, воно може підрозділятися на загальнодержавне (здійснюється в системі вищих органів державної влади та управління) та місцеве (здійснюється в республіканських, обласних органах).

Залежно від того, на чію користь “вирішується питання” або хто замовив його “вирішення”, лобіювання може поділятися на такі підвиди: • Лобіювання різноманітних соціальних структур: суспільних організацій, рухів, партій, груп тощо. • Відомче лобіювання – це лобіювання міністерств та відомств, державних комітетів та інших установ. • Регіональне лобіювання – це вплив на владу з боку представників республік, районів, областей, що прагнуть отримати певні дотації чи інші переваги від центральних органів державної влади. • Іноземне лобіювання – це вплив іноземних груп тиску на ті чи інші державні органи з метою добитися від них певних рішень

4. Моделі лобізму в різних країнах

Кожна країна має свою модель лобізму і технології його регулювання. Спочатку розглянемо зарубіжний досвід.

У деяких країнах були прийняті спеціальні закони про лобістську діяльність (наприклад, в США і Канаді). В інших країнах при відсутності спеціальних законів про лобізм застосовуються технології його правового регулювання за рахунок інших нормативних актів і організаційних заходів (наприклад, у Великобританії, Німеччині, Франції).

І в тому, і в іншому випадку правові акти спрямовані на *легалізацію контактів суб'єктів лобізму з органами державної влади*. Вони передбачають відкриту публікацію лобістського списку, де вказуються всі союзи, асоціації і об'єднання, які отримали офіційний доступ до відомствам федерального уряду і комітетам парламенту. Однак, незважаючи на загальну задачу, дані нормативні акти істотно відрізняються один від одного. Розглянемо зарубіжні технології

регулювання лобістської діяльності в США, Канаді, Великобританії, Німеччині і Франції - країнах, що мають найбільший досвід вирішення цієї проблеми.

Американська модель лобізму і його регулювання

Раніше інших країн намагалися ввести політичний лобізм в правове поле в США. У 1946 р там був прийнятий спеціальний закон про регулювання лобізму, в якому було встановлено вимогу про необхідну реєстрації всіх професійних лобістів. У законі було визначено, хто є лобістом (§ 266) ^[1]. Закон поширювався тільки на лобістів, які здійснюють свою діяльність в Конгресі США.

У законі (§ 267) докладно зафіксована процедура реєстрації лобістів секретарем Сенату і клерком Палати ^[2]. Були також позначені правові обмеження лобізму (§ 269). Зокрема, заборонені хабара і відвертий підкуп членів Палати представників і Сенату ^[3].

У 1971 р в США вступив в силу Закон про федеральних виборчих кампаніях, який гарантував державне фінансування кандидатів в президенти від двох основних партій з метою обмеження впливу груп тиску, які бажають провести свого президента до влади. У 1974 р була прийнята поправка, що обмежує суми внесків приватних осіб і Комітетів політичної дії, через які йшли гроші лобістів. У 1979 році була створена Американська ліга лобістів, яка видає щомісячний бюлетень, роз'яснює особливу роль професії лобіста в об'єктивному прийнятті державних рішень. У 1995 р Президент США Білл Клінтон підписав жорсткіший закон про розкриття лобістської діяльності, дія якого поширювалося на лобіювання не тільки по відношенню до законодавчих, але і виконавчих органів влади, а також в п'ять разів були збільшені штрафи за порушення закону. Полегшено становище представляють комерційні інтереси іноземних лобістів, які тепер реєструються нарівні з їхніми американськими колегами. Виняток збереглося тільки для працівників посольств і міждержавних організацій. Полегшення реєстрації іноземних лобістів було відповіддю на посилення впливу іноземного лобі в США. При цьому тільки один з п'яти лобістів реєструвався, а решта вважали за краще не афішувати свою діяльність і видавали себе за експертів, консультантів, інформаторів і т.п.

Кожні півроку лобісти і лобістські фірми зобов'язані надсилати детальний звіт про свою діяльність. Відповідно до Закону 1995 р *лобістом* вважається людина, яка *витрачає не менше 20% свого часу на лобістську діяльність*, має численні контакти з членами законодавчих і виконавчих органів влади, отримав за свої послуги від своїх клієнтів не менше 5 *тис. дол.* протягом 6 місяців. Дія закону було поширене на лобіювання не тільки по відношенню до Конгресу, а й виконавчих органів влади.

Щорічно в США виходить довідник "Вашингтонські представники", в якому містяться дані про річну діяльність лобістів зі штаб-квартирою у зв'язках

з органами державної влади у Вашингтоні. В одному такому щорічному довіднику було офіційно зареєстровано **15 тис. Лобістів**.

Обмеження на лобістську діяльність в США накладаються не тільки законами, а й **етичними директивами і правилами поведінки для депутатів і службовців Конгресу, а також етичними директивами і професійними нормами для лобістів**, встановленими добровільними організаціями професійних лобістів. 21 січня 2009 року президент США Барак Обама посилив правила для лобістів, заборонивши адміністрації Білого дому приймати від них подарунки. Канадська модель лобізму і технології його регулювання

Закон про регулювання лобістської діяльності в Канаді був прийнятий в 1988 р Канадці, на відміну від американців, пішли від протилежного, визначивши в законі, що не є лобізмом і на кого цей закон не поширюється [\[1\]](#).

Канадці запропонували свою **класифікацію лобістів**, до яких в законі віднесені: лобісти-консультанти; корпоративні лобісти; лобісти від організації.

Лобісти-консультанти визначаються як особи, які за плату в інтересах будь-якої організації або приватної особи: 1) звертаються до держслужбовця з метою: розробки проекту закону; введення, зміни або скасування будь-якого законопроекту чи іншого законодавчого акту; розробки будь-якого регламенту; розробки або зміни державної політики або програми; отримання будь-якої субсидії, гранти тощо від держави; 2) організують зустріч держслужбовця і третьої особи.

Корпоративні лобісти - це особи, найняті будь-якої організацією або приватною особою, значну частину (20% і більше) обов'язків яких становить спілкування з держслужбовцями в інтересах роботодавця або афілійованої компанії з питань, позначених для лобістів-консультантів.

Заняття лобістською діяльністю в Канаді накладає на її учасників зобов'язання надавати детальну інформацію про себе і свого роботодавця [\[2\]](#).

Лобісти від організації - це особи, які є співробітниками організації та будь-яку частину обов'язків яких становить спілкування з держслужбовцями в інтересах компанії-роботодавця з питань, позначених для лобістів-консультантів [\[3\]](#).

Органом, що реєструє лобістів в Канаді, є Центральне бюро реєстрації Канади, яке щороку публікує фінальний звіт про їхню діяльність. За дотриманням вимог закону стежить спеціально призначається радник з етики, який також керує роботою по складанню "Кодексу поведінки лобіста". При порушенні лобістом статей закону або кодексу радник з етики організує розслідування інциденту і по його завершенню направляє звіт, що включає відомості про всі отримані лобістом сумах і зроблених ним витратах, в

Центральне бюро реєстрації Канади, а також в кожному з палат парламенту, які на основі звіту виносять висновок.

Канадська система регулювання лобістської діяльності вважається більш ліберальною, ніж американська. У ній відсутні обмеження на заняття лобізмом звільнилися міністрів чи інших держслужбовців, які займають високі посади; непрозора система розподілу державних замовлень; відсутня кодекс поведінки для членів парламенту, який зобов'язує їх розкривати свої інтереси і накладає обмеження на отримання подарунків і т.п.

На відміну від США і Канади в інших державах при відсутності спеціальних законів про лобізм лобістська діяльність регулюється іншими законами та іншими нормативними актами (наприклад, у Великобританії, Німеччині). Розглянемо їх моделі лобізму і технології його регулювання.

Досвід регулювання лобізму в Великобританії

Великобританія є країною з одним з найліберальніших підходів до питань лобізму. Англійський дослідник С. Блек, аналізуючи досвід роботи консалтингових фірм в області зв'язків з громадськістю в Великобританії, відзначає особливу корисність лобіювання для прискорення або, навпаки, протидії процесам прийняття рішень парламентом.

У Великобританії немає закону про лобістську діяльність. Однак лобістська діяльність регулюється безліччю законів і кодексів, що визначають правила взаємин держслужбовців з групами інтересів (основним документом в цьому плані вважається Кодекс цивільної служби). Нормативні акти, як правило, регулюють поведінку і фінансові інтереси самих членів парламенту, а не зацікавлених груп тиску.

Безпосередньо регулюванням взаємин держслужбовців і лобістів займається Комітет зі стандартів публічної сфери, створений в 1994 р В першій доповіді Комітету стверджувалося, що лобіювати в парламенті і міністерствах - невід'ємне право кожного. Комітет виходив з того, що контролювати потрібно не лобістів, а лобіює. Такий підхід пояснювався тим, що створення єдиного реєстру лобістів крім очевидних організаційних складнощів сприятиме створенню іміджу закритою влади, закупорці каналів вертикальної комунікації в суспільстві.

На думку співробітників Комітету, лобісти можуть самостійно об'єднуватися в спітовариства, створювати "правила гри" та самостійно стежити за їх виконанням. Цьому в Великобританії можуть сприяти такі професійні організації, як Асоціація професійних політичних консультантів, Асоціація

консультантів PR, Інститут PR. Спостерігається тенденція уніфікації внутрішніх правил цих асоціацій. До того ж вони ведуть власні списки лобістів.

У Великобританії розвинений ринок професійних лобістських послуг. Річний обсяг цього ринку оцінюється більш ніж в 500 млн ф. стерлінгів. Послугами відомих лобістських компаній Великобританії користувалися не тільки представники промислових кіл, великих засобів масової інформації та навіть уряду, а й іноземні держави.

Оцінюючи технології регулювання лобізму в парламенті Великобританії, варто відзначити, що в Палаті громад і в Палаті лордів ведеться реєстр фінансових інтересів членів парламенту, що включає докладні відомості про всі договори, укладені з консультантами, представниками юридичних фірм та лобістських організацій. Відповідальним за ведення цього реєстру є парламентський уповноважений по стандартизації, який також консультує членів парламенту з питань етики поведінки (на основі Етичного кодексу членів парламенту і результатів розслідувань про його порушення).

Існує список вимог, що пред'являються до членів парламенту для підвищення відкритості їх зв'язків з лобістами [1] .

Крім вимог, що пред'являються до членів парламенту, виділяється ряд загальних вимог до інших державних службовців для правового регулювання лобістської діяльності [2] . Наприклад, у липні 1998 р секретар кабінету міністрів Великобританії випустив "Керівництво для державних службовців: контакти з лобістами", де були детально прописані правила поведінки держчиновників при спілкуванні з лобістами.

Крім реєстру інтересів членів парламенту ведеться також список інтересів журналістів, в якому журналіст, який має доступ до парламенту, зобов'язаний вказати всі фінансові надходження, що перевищують 575 ф. стерлінгів на рік, за діяльність, пов'язану з його знаходженням в парламенті, а також реєстр партійних груп, які мають доступ до парламенту.

Іншою особливістю британського законодавства є регулювання лобістської діяльності в виборчих кампаніях. У законодавстві Великобританії передбачена щорічна фінансова підтримка партій з державних фондів [3] .

Важливим перешкодою для розвитку нелегального лобізму є прозорість (відкритість) роботи державних органів. Робота обох палат парламенту Великобританії, за рідкісним винятком, проходить відкрито. Зацікавлені особи мають доступ до будівлі і можуть спостерігати за повсякденною діяльністю парламенту з галерей, наявних в приміщеннях обох палат [4].

Вільний доступ зацікавлених осіб передбачений і в Державний архів Палати лордів, в якому можна отримати архівні документи Палати лордів починаючи з 1497 р і Палати громад - починаючи з 1547 р.

Досвід Німеччини в регулюванні лобістської діяльності

У Німеччині немає єдиного федерального закону про лобістську діяльність, однак є цілий ряд інших документів, що регулюють лобістську діяльність. До таких документів в першу чергу можна віднести: "Регламент діяльності Бундестагу", "Кодекс поведінки члена Бундестагу", "Єдиний положення про федеральних міністерствах", "Положення про реєстрацію союзів і їх представників при Бундестазі".

Згідно "Регламенту діяльності Бундестагу", в діяльності німецького парламенту дозволено участь експертів із зацікавлених професійних спілок та асоціацій.

"Кодекс поведінки члена Бундестагу" був прийнятий в 1972 р Він надає право депутатам займатися за винагороду проблемами, що виносяться на обговорення комітетів парламенту. Перед початком слухань в комітеті вони зобов'язані оголосити про свою зацікавленість. Кодекс також зобов'язує кожного депутата оприлюднити в установленому порядку інформацію про те, з якими лобістськими організаціями даний депутат в даний час взаємодіє.

Згідно "Єдиному положенню про федеральних міністерствах", участь експертів із зацікавлених структур дозволено при розробці законопроектів у федеральних міністерствах. Таким чином, в ФРН передбачено лобізм не тільки по відношенню до законодавчої влади, а й на рівні виконавчої влади.

"Положення про реєстрацію союзів і їх представників при Бундестазі" було прийнято в 1972 р Воно спрямоване на ту ж мету, що і американський закон, -

легалізацію контактів суб'єктів лобізму з органами державної влади. Положення передбачає відкрити публікацію лобістського списку, де вказуються всі союзи, асоціації і об'єднання, які отримали офіційний доступ до відомствам федерального уряду і комітетам парламенту. Однак, незважаючи на загальну задачу, дані нормативні акти істотно відрізняються один від одного. Якщо американський закон поширюється на юридичних і фізичних осіб, то "Положення про реєстрацію союзів і їх представників при Бундестазі" - тільки на юридичних. Відповідно до його умов не потрібно вказувати одержувані і витрачаються кошти, так як при вільної реєстрації немає підстав довіряти таким даними.

При реєстрації німецький лобіст повинен подати такі відомості: назва та адреса організації або групи інтересів, яку представляє лобіст; склад правління; область інтересів організації; кількість її членів; ім'я представника організації і адреса представництва при Бундестазі і Федеральному Уряді. На підставі відомостей про керівництво, кількості членів і області інтересів організації або групи інтересів німецький депутат може судити про авторитетність і репрезентативності зареєстрованого лобіста.

Відповідно до цього становищем в палатах німецького парламенту представлені кілька сотень лобістських структур федерального рівня. Завдяки реєстрації лобістські структури отримують офіційну можливість взяти участь в роботі профільних комітетів, відверто формулювати свої думки і вимоги на відкритих слуханнях і т.п.

До недоліків німецької практики регулювання лобізму можна віднести довільний відбір німецькими чиновниками груп інтересів, які беруть участь в розробці законопроектів у міністерствах, і відсутність необхідної гласності на стадії обговорення законопроектів в державних органах.

Французька модель регулювання лобізму

У Франції лобістська діяльність довгий час була поза законом, оскільки вважалось, що уряд повинен відстоювати лише загальнонаціональні інтереси. З початку 1980-х рр. у законодавців з'явився інтерес до легітимного лобіювання інтересів.

У січні 1991 р у Франції була створена асоціація рад по лобізму, покликана ввести в правове поле відносини держави і представників зацікавлених груп.

Певну роль в регулюванні лобістської діяльності відіграє і Соціально-економічна рада, створений на основі Конституції Франції 1958 г. Цей орган складається з представників професійних груп і покликаний давати уряду Франції висновки з усіх законопроектів економічного і соціального характеру. Таким чином, він виконує роль своєрідного "лобістського парламенту". Подібні органи діють також в Австрії та Голландії.

Недоліками французького підходу є заборона лобіювання в органах законодавчої влади і виникнення проблем, пов'язаних із забезпеченням при формуванні Соціально-економічної ради, рівномірного представництва в ньому різних професійних груп. Однак існуючі обмеження не заважають спеціально створеним організаціям виступати посередниками при просуванні різних зовнішніх і внутрішніх інтересів в органах державної влади.

Французькі консалтингові фірми в області взаємодії з органами державної влади надають цілий набір конкретних послуг. Серед них можна виділити наступні послуги: просування ідей зацікавленої сторони в органах влади, теоретична розробка і практичне застосування комунікаційних стратегій по відношенню до органів законодавчої та виконавчої влади для прийняття або зміни конкретних рішень, внесення потрібних змін в законодавство і т.п.

Надається також класичний набір послуг для просування інтересів зовнішнього замовника при проведенні взаємин з органами державної влади Франції: консультування та сприяння іноземним державам, іноземним компаніям, державним або недержавним організаціям та ін.

Оцінюючи зарубіжні технології регулювання політичного лобізму, можна відзначити, що багато країн вже пройшли довгий шлях осмислення цієї проблеми, вироблення і впровадження механізмів регулювання лобістської діяльності. Позитивним результатом цього шляху було те, що лобізм в своїй більшій частині був виведений з тіні, що скоротило можливості для корупції в органах державної влади. Звичайно, проблема кулуарного впливу на політичний процес не була вирішена остаточно. Але, принаймні, вона табору значно підконтрольною суспільству.