

**Секция «Политические науки»**

**Теория и практика лоббизма в Украине**

***Лавренов Данила Андреевич***

*Студент*

*Киевский Национальный Университет имени Тараса Шевченко, Философский*

*факультет, Киев, Украина*

*E-mail: lavrenov@meta.ua*

Лоббизм (от англ. Lobby - кулуары) - сотрудничество с органами, представителями власти для влияния на процессы принятия определенных законов или нормативных актов. Лоббизм также определяют как скоординированную практику отстаивания интересов или оказания давления на законодателей и чиновников неправительственными организациями, финансово-промышленными группами или этническими сообществами в пользу принятия того или иного решения. Лоббизм как явление, является не новым в Украине. Несмотря на относительную новизну для политического лексикона термина «лоббизм», это явление существовало и в советской политической системе. В это время сформировались традиции лоббирования, которые были приняты, практически без изменений, новой украинской политической системой. Среди них - широкое использование личных связей и незаконных методов, отсутствие реальной конкуренции интересов, абсолютная непрозрачность механизма лоббирования, другими словами лоббирования сводится к личной договоренности в исключительно своих интересах. Именно поэтому, до недавнего времени этот термин употреблялся только в отрицательном смысле, а лоббистов отождествляли с бюрократами-коррупционерами. По сути это обвинение в сращивании лоббизма с коррупцией господствует в сознании и сейчас, ведь в Украине лоббизм почти всегда существует только в такой форме.

Международная практика показывает, что лоббизм очень полезен для общества. Более того, он играет ключевую роль как основная форма взаимодействия бизнеса и политики. Общественное значение лоббизма заключается в том, что он соединяет главные сферы общества - предпринимательство, государственное управление (администрирование) и публичную политику. Если политика и управление, со своей стороны, являются факторами, которые структурируют и организуют социальную и экономическую жизнь общества, то предпринимательство, в свою очередь, призвано непосредственно приумножать материальное и интеллектуальное богатство нации. Однако эти три сферы обладают разными ресурсами общественного значения: управление держит властные рычаги для принятия решений, политика же определяет законодательство (т.е. она является самым мощным регулирующим фактором) и оптимальную циркуляцию общественных интересов, а предпринимательство располагает материальными ресурсами. Вместе эти три сферы подчинены принципу "разделения функций который предусматривает также и распределение ресурсов: если публичная политика имеет в своем распоряжении общественную власть, она не имеет денег и властных рычагов, если администрирование имеет реальные рычаги реализации интересов, оно контролируется политикой и не имеет денег, а если предпринимательство имеет деньги, то оно не имеет власти. Поддерживать такой баланс и распределение ресурсов должно законодательство, регламентирующее лоббистскую деятельность, моральное давление общественного мнения и контроль общественных организаций и партий. Наличие этих трех

факторов в их оптимальном соотношении для страны могут привести к явлению, которое можно обозначить как "цивилизованный лоббизм". Цивилизованное лоббирование заключается преимущественно в соотношении последствий, которые повлечет принятое решение, с системой принятых ценностей и потребностями национальной безопасности. Отсюда - лоббист вынужден доказывать, что его вопрос не подрывает и не разрушает их, и подобная аргументация является необходимым элементом цивилизованного лоббирования. Коррупция же, напротив, не предусматривает такого соотношения, она уничтожает основы морали, ставя частный интерес выше системы ценностей всего общества. Казалось бы, для функционирования лоббизма в Украине в его цивилизованной форме нужен только закон, и будет регламентировать подобную деятельность, обеспечит прозрачность отношений между бизнесом и властью. На самом деле этого мало, институционализация здесь не является определяющим фактором. И даже если проекты Закона Украины "О влиянии общественности на принятие нормативно-правовых актов" или "Про деятельность лоббистов в Верховной Раде Украины" когда то станут законом - это не будет гарантировать революции в отношениях между бизнесом и властью. Главными факторами здесь будут все же социально - экономический фон и общественные традиции. Подразумевается, что общество должно принять модель публичного (открытого) лоббирования и осознать ее преимущества над теневой моделью. Главными преимуществами станут гласность и прозрачность - это важнейшие признаки того, что продвижение интересов бизнеса происходит демократическим путем. Гласность и прозрачность лоббирования позволяет широкой общественности, общественным организациям и партиям знакомиться с информацией об интересах лоббистов, оценивать, не противоречат ли эти интересы общенациональным, и при необходимости контролировать сам процесс лоббирования - содействовать ему или блокировать его.

Особенность сегодняшнего периода формирования лоббизма в Украине заключается в интенсификации лоббистской деятельности на всех уровнях. На сегодняшний день, несмотря на законотворческий процесс в направлении институционализации лоббизма, говорить о его цивилизационной форме не приходится. Это вызвано тем, что до сих пор эффективны методы кабинетного (Кабинет Министров) и коридорного лоббирования. Традиционно наиболее сильными в Украине считаются металлургическое, угольное, аграрное лобби. Не менее мощные - алкогольное, табачное, сахарное и рекламное. В Украине есть предпосылки для перехода от корпоративного к отраслевому лоббизму. В частности, экономисты утверждают, что укрупнение корпораций и рост самосознания бизнесменов, и законодателей уже приближаются к тому уровню, когда проще и дешевле лоббировать проблемы отрасли, чем каждой корпорации и бизнес-структуры отдельно. Наиболее мощные группы превратятся в партнеров власти. Возможно, сформированная структура получит юридическое, или даже конституционное оформление. Корпоративная структура не будет исключать разнообразия интересов и соответственно групп давления в «не ключевых» сферах экономики. Этот вариант является наиболее вероятным из-за особенности сегодняшней политической ситуации и существования традиции протекционизма в отношениях государственных органов и определенных групп давления.

## **Литература**

1. Ганжуров Ю. Парламентське лобіювання в контексті політичної комунікації //

Політичний менеджмент. - 2005. - № 4 (13). - С. 50 – 62.

2. Зущик Ю. Лобізм-корупція-реформи // Контекст.-2001.- №7.-С.-20.
3. Немчинов І. Лобіювання як форма діалогу з владою // Контекст. – 2002. - № 2. – С. 9 – 12.
4. Телешун С., Рейтерович І. Політико-економічні інтереси "груп впливу" та "лобізм по-українськи" (окремі аспекти) / С. О. Телешун, І. В. Рейтерович // Право України. – 2008. – № 3. – С. 105–110.