

Атымтай Г., студентка 2 курса Евразийского национального
университета им. Л.Н.Гумилева
Научный руководитель: Алтынбасов Б.О., к.ю.н., доцент

ЛОББИЗМ В ЗАКОНОТВОРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Осы тақырып қазіргі ауқытта өте көкейкесті. Осы жұмыс барлық лоббизмнің тетік көрсету тырысып жатыр. Осы күрделі процесс біздің қазіргі саясаттарымызға орталық орында орналасқан. Осы мақала бізге шын мағынасың түсіну көмектеседі. Қазақстандық жақтауды жаңадан көрінген институттан сонымен бірге кейбір деректер келтірген. Ол кейбір плюстер және минустерді талдап алып келеді.

Кілтті сөздер: парламент, лоббизм, заң шығару

The theme is quite actual. In her attend she tries to show the whole mechanizm of lobbying, a sophisticated process that takes one of central places in our modern politics. The work contains a number of details that help us to understand the real meaning of lobbying. What's more shows some facts of young institute of Kazakhstani lobbying, and she analyzes and says some pros and cons.

Keynotes: lobbying, legislative work, Parliament

Лоббизм (англ. lobbyism, от англ. lobby — кулуары (где депутаты парламента могли общаться с посторонними) — 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), цель которого — добиться принятия или отклонения законопроекта. [1, 261]

Исторически считается, что лоббизм появился в Англии XVII века. В кулуары - вестибюль (lobby на английском языке) выходили члены английского парламента, где их и встречали заинтересованные лица.

Свой классический смысл термин лоббизм получил в Америке XIX века. Традиция лоббизма уходит корнями в годы президентства Улиса С. Гранта (1869-1877), когда вечерами 18-й американский президент и его команда часто отдыхали в лобби гостиницы Willard, где заинтересованные лица могли изложить им свои взгляды о пользе того или иного решения.

С 1946 года деятельность лоббистов в США регламентирована законодательством. В соответствии с Законом 1946 года (Federal Regulation of Lobbying Act) лоббист обязан: во-первых, зарегистрироваться, а во-вторых, четырежды в год представлять соответствующим органам свой финансовый отчет.

Закон 1995 года (Lobbying Disclosure Act) строго лимитировал финансовые взаимоотношения с законодателями. По этому закону законодатель не имеет права получать из одного и того же источника подарки на сумму более 100 долларов в год. Гонорар за публичное выступление не может составлять более 2000 долларов.

С 1979 года американские лоббисты объединены в свою лигу. Важнейшей ее задачей является утверждение профессии лоббиста, как самостоятельной, обладающей собственным содержанием, сделать ее общепризнанной, поднять ее престиж в общественном мнении, пропагандировать ее роль и значение в процессе выработки и принятия решений органами государственной власти. Факт создания профессионального союза лоббистов – показатель того, что лоббизм к этому времени оформился, как политический институт.

Лоббизм в Европейском Союзе развит в таких секторах экономики, как сельское хозяйство, горная промышленность и металлургия. На наднациональном уровне лоббизм появился в ЕС в 1979 г., когда состоялись первые прямые выборы в Европейский парламент.

То, что лоббизм в Казахстане существует де-факто, известно давно. Многочисленные отраслевые ассоциации, представленные в экспертных советах, присутствуют на всех уровнях вертикали власти, а неправительственные организации - постоянные гости и участники рабочих групп в парламенте.

Законодательный процесс регламентирован статьей 61 Конституции Республики Казахстан. Законодательная инициатива сводится к внесению на рассмотрение Мажилиса законопроекта. Право на совершение такого рода действий называется правом законодательной инициативы, ею по действующей Конституции обладает Президент, Правительство и депутаты Мажилиса.

Законопроект, рассмотренный и одобренный большинством голосов от общего числа депутатов Мажилиса, передается в Сенат, где рассматривается не более шестидесяти дней. Принятый большинством голосов от общего числа депутатов Сената проект становится законом и в течение десяти дней представляется Президенту на подпись. Отклоненный в целом большинством голосов от общего числа депутатов Сената проект возвращается в Мажилис. Если Мажилис большинством в две трети голосов от общего числа депутатов вновь одобрит проект, он передается в Сенат для повторного обсуждения и голосования. Повторно отклоненный проект закона не может быть вновь внесен в течение той же сессии. Процесс создания закона завершается его опубликованием. [2, 34]

Лоббирование в парламенте имеет свои особенности. Они заключаются в том, что парламент занимается законодательной деятельностью. В этой связи лоббирование возможно в виде «проталкивания» определенного законопроекта или отдельных поправок в него. Кроме этого, возможны разнообразные запросы и письма депутатов парламента и других уполномоченных лиц в различные органы государственной власти. Немаловажен в лоббистской деятельности и личный контакт с депутатом: при личном знакомстве с парламентарием можно определить, поддержит он необходимый законопроект или нет.

Лоббирование законодательного предложения или законопроекта в парламенте, как правило, начинается с поиска сторонников (единомышленников) среди депутатов. После того, как они найдены, парламентарий или группа депутатов вносят предложенный законопроект в порядке законодательной инициативы в парламент. Истинными разработчиками в этой ситуации могут быть не лоббисты, а те, кто за ними стоит. Поэтому часто бывает неизвестно, кто же настоящий заказчик.

Работа лоббиста в парламенте не ограничивается только поиском сторонников или единомышленников. Важное значение имеет способность переубедить или склонить на свою сторону «колеблющихся» депутатов, тех, кто не имеет четкой позиции по данному законопроекту. Их количество может иметь решающее значение при обсуждении и принятии законопроекта.

Однако лоббизм вносит в жизнедеятельность общества как определенные позитивные, так и негативные последствия, которые мы хотели бы рассмотреть далее.

К плюсам лоббизма мы отнесем следующее:

Во-первых, 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. В условиях разделения властей каждая из ветвей может использовать то или иное лобби в своих интересах. Так, в Конгрессе США законодатели официально сотрудничают с лоббистскими кадрами определенных заинтересованных групп, что, бесспорно, только усиливает позиции законодательной власти.

Во-вторых, лоббизм 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. Учитывая также, что государство в условиях становления рыночных отношений все больше и больше оставляет многое из своих позиций в сфере защиты интересов различных социальных групп и слоев, этот вакуум должен быть заполнен соответствующими структурами гражданского общества.

В-третьих, создает возможности для обеспечения интересов меньшинства, ибо выступает в качестве специфической формы проявления политического плюрализма.

В-четвертых, воплощает собой принцип свободы социальных негосударственных структур: ассоциаций, общественных организаций, слоев и т.п. С помощью лоббирования они сами пытаются решать свои проблемы, обладая определенным выбором путей и средств подобного решения.

В-пятых, применяется как своеобразное социально-политическое стимулирование, направленное на ускорение претворения в жизнь тех или иных целей и интересов, на побуждение к конкретным действиям. При таком подходе лоббизм выступает как способ активизации каких-либо процессов и явлений в сфере политики.

В-шестых, позволяет расширить информационную и организационную базу принимаемых решений и гораздо убедительнее обратить внимание на определение «кричащие» проблемы. Лоббисты обеспечивают органы государственной власти потоком информации по тому или иному вопросу, который вносится на парламентское слушание, «информируют законодателей о том, что происходит на самом нижнем общественном уровне (и на других уровнях)». Поэтому они больше походят на торговцев информацией. Через лоббирование придается интересам различных групп и слоев большая злободневность, актуальность, социальная значимость, убеждаются властные структуры в приоритетном, оперативном и более полном их удовлетворении. То есть лоббирование выступает в виде системы аргументации, механизма подготовки и принятия соответствующих актов.

В-седьмых, лоббизм можно рассматривать как инструмент взаимодействия представительной и исполнительной власти. Разделение властей не противопоставляет их друг другу, оно должно иметь рабочий характер. Поэтому «взаимопомощь министерских лоббистов и депутатских комитетов — на пользу делу, она лишена корыстного интереса и вполне укладывается в рамки нормальной политической жизни».

В-восьмых, лоббизм можно оценивать и как более широкое, средство достижения компромисса, способ взаимного уравнивания и примирения между собой разнообразных интересов. Общеизвестно, что лоббистские группы, отстаивающие порою диаметрально противоположные интересы своих «хозяев» (государственных, классовых, частных и т.п.), как это ни странно, на первый взгляд, способствуют сохранению своего рода равновесия различных сил, нахождению точек соприкосновения и достижению консенсуса при принятии управленческих решений, ведь, в конце концов, стержень лоббизма — взаимовыгодное сотрудничество.

К минусам лоббизма мы отнесем следующее.

Во-первых, он может стать инструментом приоритетного удовлетворения иностранных интересов в ущерб интересам государственным, т.е. реализоваться подчас как «непатриотическое» средство.

Во-вторых, 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.

В-третьих, может служить фактором развития и защиты ведомственности, местничества, национализма и т.п., усиливать крайние формы удовлетворения специальных интересов.

В-четвертых, лоббизм таит в себе немалую опасность «размывания» народовластных устоев общества, превращения демократических институтов в мощный инструмент отдельных властных групп.

В-пятых, лоббистские мероприятия выступают в определенных условиях и в форме проявления социальной несправедливости. Как показывает социальная практика некоторых западных государств, результативность лоббизма большого бизнеса несравненно выше (в виду главным образом финансово-материальных возможностей), чем у других групп и структур. Подобная ситуация, повторяющаяся постоянно, способна дестабилизировать обстановку, дисбалансировать интересы, содействовать росту социальной напряженности.

В-шестых, лоббизм может использоваться и в более прозаичных целях — как инструмент обогащения отдельных слоев, элит. «Лоббизм как таковой — это существование мощных групп людей у власти, предпринимающих все возможные меры для перераспределения материальных ресурсов и благ в свою пользу».

Таким образом, подводя итог важно отметить, что для того чтобы такой политический институт, как лоббизм приносил пользу всему обществу, необходимы соответствующие условия: реальное действие демократических институтов и норм, экономическая и политическая стабильность, свобода средств массовой информации, устойчивое гражданское общество и т.д. Только при наличии данного набора факторов расширяются шансы на использование лоббизма в общественных интересах, он начинает «работать» в общесоциальных (общечеловеческих) режимах.

В условиях же экономического, политического и духовного кризиса, переходных периодов, непредсказуемости, когда каждый слой, класс, группа стремятся «урвать» именно сейчас, лоббизм выходит из цивилизованных рамок и приобретает больше минусов, чем плюсов. [3]

Список литературы:

1. Енгибарян Р.В., Тадевосян Э.В. Конституционное право: Учебник. – М., 2000. – с.492.
2. Конституция РК от 30.08.1995г., Астана: Елорда, 2008. – с.56.
3. Малько А. В. Лоббизм // Общественные науки и современность. 1995. №4.