

**Яценко Владислав Сергійович,**  
аспірант кафедри публічного управління та адміністрування  
Університету Григорія Сковороди в Переяславі

## **ОКРЕМІ АСПЕКТИ ЗАКОНОДАВЧОГО ВРЕГУЛЮВАННЯ ЛОБІСТСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В США**

Загалом процес поступової легалізації лобізму в США та уточнення пов'язаних з ним норм регулювання проходив упродовж XIX–XX ст. і продовжується в даний час. В підсумку, на думку деяких дослідників, лобізм у США сформувався у повноцінний, абсолютно легальний та вельми легітимний політичний інститут.

У 1995 році Конгрес. ухвалив досить радикальний Закон про розкриття інформації про лобіювання (LDA). Він був «всеосяжною реформою порівняно з більш ранніми зусиллями з регулювання» [1].

LDA - це нормативний правовий акт, що складається з 26 статей, основною з яких є стаття 3, що дає визначення основним термінам, важливим для розуміння предмета законодавчого регулювання. Зупинимося на деяких із них.

Закон про розкриття інформації про лобіювання визначає лобіста як «будь-яку особу, яка найнята клієнтом за фінансову чи іншу компенсацію за послуги, що включає більш ніж один контакт з лобіювання, за винятком особи, чия лобістська діяльність складає менше 20 відсотків часу, зайнятого послугами, що надаються такою особою цьому клієнту протягом 3-місячного періоду» [2].

Відповідно до статті 3 LDA лобістська діяльність – це «лобіювання контактів та зусилля на підтримку таких контактів, включаючи діяльність з підготовки та планування, дослідницьку та іншу підготовчу роботу, яка на момент її проведення призначена для використання у контактах, а також координацію лобістської діяльності інших осіб» [2].

Лобістський контакт визначається як «будь-яке усне або письмове повідомлення (у тому числі електронне) уповноваженій посадовій особі виконавчої влади або уповноваженій посадовій особі законодавчої влади, яке зроблене від імені клієнта у відносинах:

- формулювання, зміни або прийняття федерального законодавства (включаючи законодавчі пропозиції);
- формулювання, зміни або прийняття федеральних правил, постанови, виконавчого розпорядження або будь-якої іншої програми, політики або позиції уряду Сполучених Штатів» [2].

Стаття 4 цього закону свідчить про правила реєстрації лобістів. Організації, які заробляють на лобіюванні або витрачають на нього гроші, мають подавати звіти до Бюро з розкриття інформації Палати Представників та Сенату приблизно через три тижні після закриття календарного кварталу. Лобістські фірми подають звіт щодо кожного клієнта. Компанії та інші організації, які ведуть внутрішні лобістські операції, також надають власні звіти. А ті фірми, які ухвалили рішення про лобіювання на користь нового клієнта, повинні подати заяву на початкову реєстрацію протягом 30 днів з моменту укладання контракту, розкриваючи інформацію про те, хто витрачає гроші, хто займається лобіюванням, про питання, які вони планують лобіювати, з якими департаментами уряду вони планують контактувати та які люди виконуватимуть цю роботу.

Щоквартальні звіти включають загальну суму видатків та організовані заходи за основними проблемним областями, що включають номери законопроектів та назви будь-яких лобіюваних законодавчих актів. Цей додатковий текст може змінюватись від докладного опису того, який розділ законопроекту лобіювався, до розпливчастих термінів, таких як "американо-китайські відносини".

Таким чином, можна зробити висновок, що LDA в першу чергу займався проблемами термінології, які не були вирішені у попередньому законодавстві про лобіювання.

Визначення лобістської діяльності було конкретизовано кількісними параметрами, що зменшило можливість осіб, які здійснюють лобістські контакти, приховати їх під приводом пріоритету цілей діяльності, що не належать до лобіювання.

Закон про розкриття інформації про лобіювання корисний для всебічного вивчення секторів та галузей лобіювання на федеральному рівні у США. У той

же час слід зазначити, що його вимоги пов'язані з деякими проблемами. Оскільки цей Закон вимагає звітності тільки для лобістської діяльності з витратами понад 20 000 доларів, то не враховується велика кількість організацій, які витрачають менше за цю суму. У звітах, що публікуються, вказано лише загальний кошторис лобістських витрат без зазначення того, як розподіляються витрати на різні компоненти (заробітна плата, транспортні витрати, харчування та ін.). Крім того, з урахуванням того, що у своїх звітах лобісти часто використовують розпливчасті формулювання, вони не дають чіткого уявлення про конкретні статі, що лобіюються, у законопроектах.

Крім того, визначення прямого «лобістського контакту» обмежує сферу діяльності, яка мається на увазі під цим терміном, і містить 19 винятків, що дозволяють приховати велику кількість лобістських актів. Величезна кількість взаємодій залишається нерегульованою, що підриває прозорість до американського законодавства про лобіювання, яке прагнуло досягти протягом усієї своєї історії.

LDA також мав створити систему електронної звітності, яка з'явилася тільки після ухвалення Закону про чесне лідерство та відкритий уряд 2007 року (HOLGA) [3]. Сучасні американські дослідники досить скептично ставляться до даних нормативним актів, вважаючи, що LDA та аналогічні правила лобіювання можуть ставати все більш застарілими [4].

Лобізм США як інститут формувався протягом десятиліть і нині є невід'ємною складовою публічного управління. У США окремі громадяни та групи інтересів лобіюють виборних політиків та урядовців, намагаючись впливати на законодавство та адміністративний процес. Водночас регулятивні механізми лобіювання на державному рівні (особливо щодо реєстрації лобістів, визначення суб'єкта та об'єктів лобіювання) мають великі прогалини, що не дозволяють отримувати інформацію про спроби впливати на процес прийняття державних рішень. Тим часом астротурфінг – вплив з метою просування своїх інтересів одних органів державної влади на інші відіграють важливу роль у процесі прийняття державних рішень у США, але залишаються при цьому за рамками регулятивних норм і є типовими прикладами включення латентних

механізмів у функціонування громадського інституту, що суттєво спотворює його легально формалізовані цілі та інструменти.

Водночас, юридично чітко регламентована система лобізму може значною мірою сприяти: забезпечення гласності та передбачуваності політичних процесів; цивілізоване обмеження сфер діяльності апарату державної влади (зробить його більш відкритим для контролю з боку суспільства, зменшить можливість вольових рішень); розширення кола активних учасників політичного процесу, що може сприятливо позначитися на розвитку громадянського суспільства загалом; контролю взаємодії приватних інтересів та органів влади, створення додаткових перешкод на шляху до корупції.

### **Список використаних джерел**

1. Holman C. Lobbying Reform in the United States and the European Union: Progress on Two Continents. *Public Citizen*. 2008. URL: <https://www.citizen.org/wp-content/uploads/lobbying-reform-in-the-us-eu.pdf>
2. Lobbying Disclosure Act 1995. *Congress.gov*. URL: <https://www.congress.gov/congressionalreport/104th-congress/house-report/339/1>
3. Honest Leadership and Open Government Act of 2007. *Congress.gov*. URL: <https://www.congress.gov/bill/110th-congress/senate-bill/1>
4. Thomas H., LaPira T. How Many Lobbyists Are in Washington? Shadow Lobbying and the Gray Market for Policy Advocacy. *Interest Groups & Advocacy*. 2017. Vol. 6. P. 199–214