

У статті досліджено питання політико-правових чинників та передумов легітимації лобіювання у США. Звертається увага, що основним рушієм до легітимації американського лобіювання була громадська думка, під тиском якої законодавці вимушені були прийняти законодавство про лобіювання. Акцентується, що процес легітимації цього політико-правового феномена є досить розтягнутим у часі та тривав у США майже століття.

Ключові слова: лобіювання, легітимація, лобісти, Конгрес, законопроект, США.

**Постановка проблеми.** Сполучені Штати Америки разом з Конституцією, інститутом президентства, системою стримувань і противаг дали міжнародній правовій спільноті також один із основних конституційно-правових механізмів взаємодії органів влади та різноманітних суспільних груп – лобіювання. У процесі інституційного оформлення останнього у США накопичено унікальний досвід, який може бути використано при прийнятті вітчизняного законодавства про лобіювання.

**Формування цілей.** Метою цієї статті є дослідження політико-правових чинників та передумов легітимації лобіювання у США.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Досягненню мети авторомі допомогли праці К. Джоста, Дж. Фергюсона, Д. Макгенрі, Л. Мілбрайта, Р. Бейкера, В. Олісезка, П. Файндлі, А. Сергуніна, В. Вільсона, М. Зяблока, А. Хольцмана та інших зарубіжних, передусім, американських учених.

**Виклад основного матеріалу.** Виникнення та конституювання інституту лобіювання в наукових джерелах пов'язується зі становленням конституційно-правових засад безпосередньої й представницької демократії в Сполучених Штатах Америки [1, с. 380; 2, с. 429], хоча паростки лобіювання у США можна простежити ще до оформлення американської державності. Зокрема, у 1757 році вперше з'явилося усвідомлення того, що свої інтереси потрібно відстоювати під час прийняття нормативно-правових актів. Це проявилось у призначенні цього року членами зібрання колонії Пенсільванія свого найвпливовішого представника – Б. Франкліна «агентом» у Лондоні, який повинен був переконати англійський парламент не приймати Акт «Про гербовий збір».

Фахівці в галузі лобіювання також звертають увагу на те, що до числа перших лобістів можна віднести таких відомих американських державотворців та головних авторів Основного Закону США, як Дж. Едісон і О. Гамільтон, які провели одну з блискавичних лобістських кампаній, досягнувши успіху на Філадельфійському конвенті 1787 року – ратифікації Федеральної Конституції штатами [3, с. 3–5]. Проте дійсно першим лобістом у сучасному розумінні цього слова, на думку сенатора Р. Берда,

є Уільям Халл, якого в 1792 році за певну винагороду найняла група вірджинських ветеранів Континентальної армії, щоб він домігся прийняття Конгресом США Акта про встановлення для них додаткових грошових компенсацій за їхню участь у війні [4, с. 7, 9].

У цілому історія американського лобіювання, відзначає К. Шрифтіггер, це фактично історія американського законодавства і як така, вона розпочалася вже в Конгресі першого скликання та з першого законопроєкту – про встановлення митних тарифів. Саме з цієї події, продовжує науковець, потрібно відраховувати розвиток сучасного лобіювання [5, с. 6]. Проте відліковою точкою формування лобіювання як конституційно-правового інституту у США є подання в 1789 році до Конгресу перших дванадцяти поправок до Конституції США, а в 1791 – прийняття десяти з них, що склали Американський Білль про права. Так, перша поправка, яка є конституційним підґрунтям здійснення лобіювання, гарантувала громадянам право на звернення до органів влади з петиціями про задоволення скарг [6, с. 25–26].

Важливим кроком у конституюванні лобіювання також було ухвалення в деяких штатах, наприклад, у Масачусетсі 1715 року та Дакоті 1898 року законів про народну законодавчу ініціативу. Згодом це право отримало законодавче закріплення на конституційному рівні ще в шістнадцяти суб'єктах американської федерації.

Перманентне посилення державного вторгнення в усі сфери суспільства неодмінно вело до кількісного та якісного розширення законодавчої та адміністративної діяльності владних інституцій, впливу яких так чи інакше почали відчувати на собі різноманітні суспільні групи, а особливо суб'єкти господарювання. Це, звісно, сприяло появі потреби постійного звернення до органів державної влади з метою впливу на них для захисту власних інтересів під час прийняття правових актів.

Тому вже в кінці XIX століття бізнес-групи Нью-Йорка, Чикаго та інших промислових центрів США мали свою депутацію у Вашингтоні для зносин з Конгресом та урядовими установами [7, с. 28–29]. До роботи у цих агенціях, зазвичай, залучалися журналісти, колишні конгресмени та службовці законодавчої й виконавчої гілок влади. Бажаний білль вносився до парламенту через «свого» члена Конгресу та приймався за звичайною законодавчою процедурою. Парламентарів, які займалися лобіюванням у політичних колах називали «третьою палатою законодавчого органу» [8, с. 97], а посадових осіб органів виконавчої влади, які були залучені до цього процесу – «четвертою гілкою уряду» [9, с. 207].

Найбільшого розквіту практика лобіювання, яка переважно мала корупційне підґрунтя, набула в другій половині XIX століття. Сприяло цьому, наголошують американські вчені, надзвичайно високий рівень синкретичності бізнесу та влади [10, с. 664–665]. Зміст цих процесів до-

сить удало розкрито в промові сенатора тих часів Б. Пенроуза, який зазначив групі бізнесменів: «Я вірю в розподіл праці. Ви посилаєте нас до Конгресу, ми приймаємо закони, за допомогою яких ... ви робите гроші ... а потім зі своїх прибутків знову фінансуєте наші виборчі кампанії, щоб знову послати нас приймати ще більше законів, які дадуть вам можливість робити ще більші гроші» [11, с. 26].

Ще однією досить гострою проблемою лобіювання, яка спонукала законодавців до прийняття низки нормативно-правових актів з його врегулювання, стала тенденція більшості лобістів під видом журналістів, здійснювати свою діяльність у стінах Капітолію, незважаючи на Правила Конгресу та відповідну клятву (*personal pledge of honor*). Тому в 1852 році Палатою представників Конгресу США було ухвалено резолюцію, згідно з якою журналіст, найнятий як агент з метою займатися вирішенням питань, що знаходиться на розгляді Конгресу, не допускався до зали засідань Американського парламенту [12, с. 337].

Проте подальша практика лобіювання засвідчила, що не лише одні журналісти здійснюють лобістський вплив у стінах Конгресу США. Це змусило конгресменів та сенаторів до вжиття інших більш дієвих кроків щодо юридичного обмеження існуючої практики парламентського лобіювання:

- у 1854 році створено спеціальну слідчу комісію, основною метою якої було вивчення лобістської діяльності «короля зброї» С. Кольта;
- у 1867 році прийнято Поправку до регламентних правил Палати Представників, згідно з якою колишні члени Конгресу, які здійснюють лобістський вплив у Конгресі, повинні бути вилучені з зали засідань американського парламенту [13, с. 341-342];
- у 1876 році Конгрес прийняв Резолюцію, яка вимагала від фізичних та юридичних осіб надавати Секретареві палати інформацію про найнятих ними лобістів [1, с. 380].

На рівні суб'єктів федерації, місцеві легіслатури вжили ще більш жорсткі законодавчі заходи щодо лобіювання. Зокрема, у 1873 році до Конституції штату Алабама було прийнято поправку, згідно з якою заборонявся підкуп членів легіслатури, посадових осіб виконавчої влади штату чи муніципальних органів під загрозою штрафу або тюремного ув'язнення. Ці дії отримали своє продовження у штатах Джорджія, Каліфорнія та низці інших, які також ухвалили законодавчі акти, згідно з якими лобіювання визнавалося кримінально карним діянням [14, с. 633]. За деякими російськими монографічними дослідженнями в 1897 році було прийнято федеральний законодавчий акт, який визнав лобіювання злочином [15, с. 37], хоча автор в американських наукових та довідкових виданнях підтвердження такої інформації не знайшов.

Ускладнення суспільного життя на рубежі другої половини XIX – початку XX століть засвідчило, що представництво інтересів та взаємодія структур громадянського суспільства, передусім суб'єктів господарювання, з органами державної влади неможливо утримати в рамках електорального процесу, а юридична заборона лобіювання показала вкрай низьку ефективність таких дій. Розуміючи неминучість й об'єктивність лобіювання, законодавці почали шукати форми легалізації даного феномена шляхом переходу до інформаційного впливу, змістом якого є надання представникам влади експертної інформації, що підтверджує об'єктивний характер інтересів та обґрунтованість вимог тих або інших суспільних груп.

Перші спроби з легітимзації лобіювання розпочалися на рівні федеративних одиниць. Зокрема, в 1890 році в штаті Масачусетс було ухвалено закон, згідно з яким дозволялося здійснювати лобіювання в законодавчому зібранні штату. Однак для контролю над ним, цей акт зобов'язав лобістів реєструватися, а їх клієнтів декларувати фінансові видатки на лобіювання. Наступним американським штатом став Вісконсін, який у 1905 році ухвалив більш жорсткий закон про лобіювання. Новоприйнятий закон значно обмежив сферу дії лобістів у легіслатурі штату, заборонивши їм з'являтися та виступати з промовами в комітетах законодавчого зібрання штату. Згодом законодавчі акти, які вимагали реєстрацію лобістів та декларацію ними видатків на лобіювання було ухвалено в більшості штатів [14, с. 633].

Поштовхом для прийняття на федеральному рівні законодавчих актів, які б урегулювали певні сегменти лобіювання, стала серія гучних викриттів сенаторів [16, с. 284]. Найгучніше розслідування розпочалося в 1913 році за безпосередньої ініціативи Президента США В. Вільсона, який публічно виступив із критикою на адресу бізнес-груп, що особливо активно перешкождали схваленню запропонованих президентською адміністрацією змін до митного законодавства [17, с. 340].

Основним фігурантом цього розслідування стала Національна асоціація промисловців, а головними його здобутками було те, що вперше владними органами було зафіксовано появу нових методів лобіювання, а саме: його опосередкованих форм. Комісія з розслідування виявила в багатогранній лобістській діяльності вищевказаної асоціації і фінансування виборчих кампаній кандидатів до Конгресу, і ведення загальнодержавних пропагандистських акцій на підтримку прийняття низки законодавчих актів.

Названі викриття спричинили до неабиякого обурення американської громадськості. Основним її виразом став рух макрейкерів (muckrakers), «розгрібали бруду» як їх назвав Президент США Т. Рузвельт. Макрейкерство – це рух прогресивних журналістів, який у своїх витоках по-

ходить із кінця XIX століття, коли в пресі з'явилися твори М. Твена («Позолочений вік», 1873), Г. Джорджа («Прогрес та бідність», 1879), Е. Белламі («Погляд назад», 1888), Г. Ллойда («Багатство проти суспільства», 1894), а також низка статей інших авторів, опублікованих на сторінках журналу «Арена», який видавав Б. Флауер. Вони викривали латентні зв'язки великого бізнесу та влади, корупцію в Конгресі США й урядових установах при прийнятті нормативно-правових актів. Американський учений А. Брайнклі відзначає, що макреюкери перетворилися на потужну політичну силу, яка набула ознак загальнонаціонального руху [18, с. 583–585].

Найбільш виразно можна простежити невдоволення американських громадян існуючою системою лобіювання на прикладі нижченаведеної карикатури того часу, автором якої є Дж. Кепплер. Із неї, зокрема, видно хто є дійсним автором законів, які прийняті Конгресом у період другої половини XIX – початку XX століть.

Таким чином, посилення громадського невдоволення поширенням практики позаправового, вузькогрупового та латентного лобіювання у владних інституціях змусило Конгрес США на початку XX століття зробити перші спроби щодо його законодавчого регулювання на федеральному рівні.

Це виразилося в прийнятті Конгресом США низки таких законодавчих актів з цього питання:

– у 1907 році – Акт Тілмана (The Tillman Act), який визначив порядок фінансування виборчих кампаній [12, с. 337];

– у 1913 році – законодавчий акт, який заборонив урядовим службовцям здійснювати вплив на Конгрес США під час затвердження державних програм [14, с. 633];

– у 1919 році – законодавчий акт, який заборонив урядовим установам використовувати федеральні фонди з лобістською метою (The Anti-Lobbying Act of 1919) [19, с. 309–310];

– у 1925 році – законодавчий акт про федеральну практику корупції (The Federal Corrupt Practices Act of 1925) [20, с. 213].

Питання галузевого лобіювання було врегульовано іншими законодавчими актами, які Конгрес США ухвалив за результатами роботи слідчих комісій Сенату США у 1929 та 1935 роках, що досліджували лобістську діяльність енергетичних компаній та комунальних господарських холдингів щодо тарифної політики. Так, ст. 12 (i) Федерального Закону «Про холдингові комунальні компанії» від 1935 року, яка зобов'язувала їх надавати інформацію про лобістську діяльність та ст. 801 Федерального Закону «Про морський торговельний флот» від 1936 року, з аналогічною вимогою до суднохідних та суднобудівних компаній [13, с. 342].

Важливим кроком з удосконалення правого регулювання лобіювання у США є ухвалення в 1938 році Федерального Акта про реєстрацію іноземних фірм (Foreign agents registration act of 1938 (FARA)) [21]. Голов-

ним його спрямуванням стала нейтралізація антиамериканської діяльності в середині країни агентів фашистської Німеччини, активність котрих значно посилилася перед Другою світовою війною.

Зрозуміло, що кожен з вищевказаних законодавчих актів США регулював лише один із незначних сегментів лобіювання, залишаючи більшу його частину поза правовими рамками. Тому цілком природно, що постало питання щодо необхідності прийняття спеціального федерального закону про лобіювання. Законодавча робота над таким актом розпочалася ще в кінці 20-х років XX століття, коли в 1928 році сенатор Т. Карреуей уніс законопроект про лобіювання до Конгресу США, який було схвалено Сенатом, але не пройшов у Палаті представників. У 1935 році спробу із законодавчого унормування лобіювання повторили сенатор Х. Блек та конгресмен Г. Сміт. Основним змістом їхнього законопроекту було реєстрування та звітування лобістів. Незважаючи на те, що поданий білль було спочатку схвалено Сенатом у 1935 році, а потім у 1936 році Палатою представників, через сильні дискусії навколо нього, закон про лобіювання так і не набув чинності [22, с. 15].

У 40-х роках XX століття робота над законодавчим урегулюванням лобіювання отримала своє продовження. Варто звернути увагу на значний внесок учених у прийнятті закону про лобіювання, які в особі Комісії з питань законодавчих органів влади Американської асоціації політичної науки, у 1945 році після п'ятирічного вивчення відносин парламенту зі суб'єктами лобіювання рекомендували: «щоб усі представники груп, котрі з'являються в комісіях конгресу, реєструвалися та представляли повні дані про своє членство, фінанси тощо». Тому з подачі Комісії Лафоллета-Монроні, яка працювала в цей час над питаннями реорганізації Конгресу, 2 серпня 1946 року Президент США підписав Федеральний Закон «Про реорганізацію Конгресу», третій розділ якого називався – «Акт про федеральне регулювання лобіювання» (Federal regulation of lobbying act of 1946).

Уключення Акта про федеральне регулювання лобіювання 1946 року як структурної частини до іншого закону, наголошується в американських наукових джерелах, є своєрідним тактичним кроком осіб, які були зацікавлені в його прийнятті, оскільки окремий законодавчий акт про лобіювання навряд чи пройшов би, якщо розглядався самостійно. Під час парламентських дебатів законодавців більше цікавили норми з реорганізації законодавчого органу, ніж третій розділ поданого законопроекту [13, с. 342]. Американський науковець Е. Лейн щодо обговорення та ухвалення Акта про федеральне регулювання лобіювання 1946 року зазначає, що він «тихо прослизнув через конгрес у фракту більш популярного закону про реорганізацію» [23, с. 152].

Акт про федеральне регулювання лобіювання 1946 року встановив [24]:

- особою у розумінні цього Акта є фізична особа, товариство, комітет, асоціація, корпорація та будь-яка інша організація чи група організацій;

- кожна особа, яка наймається за плату чи будь-яку іншу винагороду з метою вплинути на прийняття або відхилення будь-якого законопроекту Конгресу США (лобіст, прим. авт.), зобов'язана перш ніж що-небудь зробити для здійснення цієї мети зареєструватися у Клерка Палати представників та Секретаря Сенату й під присягою в письмовій формі назвати своє прізвище та службову адресу, прізвище та адресу особи, яка її найняла в інтересах якої вона виступає чи працює, термін цього найму, скільки їй платять і скільки їй повинні платити, хто їй платить чи повинен платити, скільки їй виділяється на видатки та які видатки передбачені;

- кожна особа, яка зареєструвалася таким чином, зобов'язана постійно доки продовжується її робота протягом перших десяти днів кожного календарного кварталу під присягою надати Клерку Палати представників та Секретареві Сенату детальний звіт про всі кошти, отримані й витрачені нею на свою діяльність протягом минулого календарного року, указати, кому заплачено та з якою метою, перерахувати назви газет, періодичних видань, журналів чи інших друкованих органів, у яких вона сприяла публікуванню будь-яких матеріалів чи редакційних статей, назвати внесені законодавство, заради якого цю особу найнято з метою підтримати або виступити проти;

- кожний, хто отримав внесок у сумі 500 і більше доларів США на будь-яку зі встановлених цим Актом цілей (лобіювання, прим. авт.), зобов'язаний протягом п'яти днів після отримання внеску надати особі чи організації, для яких цей внесок призначений, детальний звіт із зазначенням прізвища та адреси особи, яка зробила внесок та дати його отримання. Повний звіт подається Клерку Палати та зберігається не менше двох років з дня його подання;

- уся інформація, яка подається лобістами у звітах Клерку Палати представників чи Секретареві Сенату, спільно ними узагальнюється якомога швидше після закінчення календарного року, до якого вона відноситься, та публікується в «Конгресшл рекорд» (The Congressional Record);

- лобіювання може здійснюватися в обох палатах Конгресу США щодо законодавства, тобто законопроектів, резолюцій, поправок до законопроектів, актів про призначення на посади й інші питання, які розглядаються або пропонуються до розгляду будь-якою палатою Конгресу, а також якісь інші питання, що можуть розглядатися будь-якою з палат Конгресу;

- кожна особа, яка порушує положення цього Акта, у разі визнання її винною вважається винною в скоєнні місдмінора (судово карного проступку, прим. авт.) та піддається штрафу до п'яти тисяч доларів США або тюремному ув'язненню строком не більше дванадцяти місяців, або штрафу й ув'язненню одночасно. Окрім цього покарання, кожна особа засуджена за місдмінор,

позбавляється права протягом трьох років, починаючи з дня визнання її винною, здійснювати лобіювання. Кожна особа, яка це порушила, у разі визнання її винною, вважається винною в скоєнні фелонії (кримінального злочину, прим. авт.) та піддається штрафу до десяти тисяч доларів США, або тримісячному ув'язненню на строк не більше п'яти років, або штрафу та ув'язненню одночасно.

Зважаючи на те, що ймовірно під дію положень Акта про федеральне регулювання лобіювання 1946 року можуть підпасти суміжні до лобіювання суспільні відносини, у ньому зроблено три важливі обумовлення [24]:

1. Дія його положень не поширюється на політичні комітети, визначені Актом про федеральну практику корупції, та відповідним чином створені штатні чи місцеві комітети політичних партій.

2. Положення статті про реєстрацію та звітування не застосовуються до: а) будь-якої особи, яка з'являється в комітеті Конгресу США, щоб викласти власну позицію на підтримку законопроекту чи проти нього; б) будь-яку державну посадову особу, що діє в межах своєї службової компетенції; в) випадків, коли будь-яка газета чи інший друкований орган, що регулярно видається (включаючи будь-яку фізичну особу, яка володіє, видає чи працює в такій газеті або друкованому органі) у порядку звичайного ведення справ публікують інформацію, редакційні статті чи інші коментарі або платні рекламні оголошення, які прямо чи опосередковано налягають на прийняття чи відхилення законодавства, якщо ця газета, періодичне видання або фізична особа не залучені до зв'язаної з прийняттям чи відхиленням такого законодавства додаткової або іншої діяльності, іншої, ніж з'явлення в комітетах Конгресу США з метою підтримати це законодавство або виступити проти нього.

3. Положення цього Акта не застосовуються щодо фактів чи діяльності, які регулюються Актом про федеральну практику корупції, та не повинні тлумачитися як такі, що відмінюють його дію.

**Висновки.** Таким чином, основними політико-правовими чинниками та передумовами для легітимації інституту лобіювання у США були: а) потужний громадський контроль за представниками влади під час їх контактування зі суб'єктами лобіювання; б) наявність запити в американському суспільстві на урегулювання суспільних відносин, які пов'язані зі здійсненням впливу громадськості на прийняття нормативно-правових актів; в) неодноразове виявлення та оприлюднення в засобах масової інформації фактів корупції при прийнятті конгресменами та сенаторами законопроектів.

#### Використані джерела:

1. The Oxford Guide to the United States Government / John J. Patrick, Richard M. Pious, Donald A. Ritchie. – Oxford-New York : Oxford University Press, 2001. – 802 p.



2. The New Encyclopedia Britannica. – Volume 7. – 15-th Edition / Peter B. Norton, President and Chief Executive Officer ; Josef J. Esposito, President Publishing Group. – Chicago, 1994. – 1044 p.
3. Hearing before the Subcommittee on the Constitution, Civil Rights, and Civil Liberties of the Committee on the Judiciary House of Representatives One Hundred tenth Congress: The Senate Approach to Lobbying Reform. – First Session. – Washington : U.S. Government Printing Office, 2007. – 195 p.
4. Gelak D. R. Lobbying and Advocacy: winning strategies, recommendations, resources, ethics and ongoing compliance for lobbyists and Washington advocates. – Alexandria, VA. : The Capitol.Net, 2008. – 490 p.
5. Schriftgiesser K. The Lobbyist. The art and business of influencing lawmakers. – Boston : Little, Brown, 1951. – 297 p.
6. The Constitution of the United States of America. Analysis and interpretation / Co-Editors Johnny H. Killian, George A. Costello. – Washington : U.S. Government printing office, 1996. – 2444 p.
7. Берлинь П.А. Политическая борьба въ парламентѣ и внѣ его. – С.-Пб. : Изд-во О. Н. Поповой, 1906. – 49 с.
8. Plano J. C., Greenberg M. The American Political Dictionary. – Eleventh Edition. – Fort Worth-Tokyo : Harcourt College Publishers, 2002. – 760 p.
9. Coulter E.M. Principles of Politics and Government. – Madison, Wisconsin: Brown & Benchmark, 1994. – 304 p.
10. Tindall G. B., Shi D. E. America. A Narrative History. – Brief Fourth Edition. – New York-London : W.W. Norton & Company, 1997. – 1118 p.
11. Corporate Power in America / Ed by Ralph Nader and Mark J. Green. – New York : Crossman Publishers, 1973. – 309 p.
12. Bott A. J. Handbook of United States Election Laws and Practices: political Rights. – New York : Greenwood Press, 1990. – 536 p.
13. Keefe W. J., Ogul M. S. The American legislative process: Congress and the States. – Eighth edition. – New Jersey : Printice Hall, Inc., 1993. – 485 p.
14. The Encyclopedia Americana. – Volume 17. – International Edition. – Danbury, Connecticut : Crolier Incorporated, 1998. – 894 p.
15. Шумилов В. М. Правовая система США / В. М. Шумилов. – М. : ООО Изд.-консалт. предприятие «Дека», 2003. – 400 с.
16. Tarr D., O'Connor A. Congress A to Z. – Third Edition. – Washington, D.C. : Congressional Quarterly Inc., 1999. – 592 p.
17. Hatfield M. O. Vice Presidents of the United States 1789–1993. – Washington, D.C. : U.S. Government Printing Office, 1997. – 596 p.
18. Brinkley A. The Unfinished Nation. A Concise History of the American People. – Second Edition. – New York : The McGraw-Hill Companies, Inc., 1997. – 950 p.
19. Luneburg W. V. The lobbying manual: a complete guide to federal law governing lawyers and lobbyists / William V. Luneburg and Thomas M. Susman. – Third Edition. – Chicago : American Bar Association, 2005. – 577 p.
20. The American Heritage encyclopedia of American History / Ed. by John Mack Faragher. – New York : Henry Holt and Company, 1998. – 1106 p.

21. Foreign agents registration act of 1938, as amended // The Code of Federal Regulations. – 2007. – Title 28. – Volume 1. – P. 213–224.

22. The Washington Lobby / Ed. by Robert A. Barnes and others. – Washington, D.C. : Congressional Quarterly, 1971. – 123 p.

23. Зяблук Н. Г. США: лоббизм и политика / Н. Г. Зяблук. – М. : Мысль, 1976. – 207 с.

24. Federal regulation of lobbying act of 1946 [Title III] // Lobbying Disclosure Act of 1995 : Report of the Committee on the Judiciary of November 14, 1995 / House of Representatives. – Washington, D.C., 1995. – P. 37–40.

#### **Нестерович В.Ф. Политико-правовые факторы и предпосылки легитимации лоббирования в США**

В статье исследуется вопрос политико-правовых факторов и предпосылок легитимации лоббирования в США. Обращается внимание, что основным двигателем к легитимации американского лоббирования было общественное мнение, под давлением которого законодатели вынуждены были принять законодательство о лоббировании. Акцентируется, что процесс легитимации этого политико-правового феномена достаточно растянут во времени и продолжался в США почти век.

Ключевые слова: *лоббирование, легитимация, лоббисты, Конгресс, законопроект, США.*

#### **Nesterovych V.F. Political and legal factors and prerequisites of lobbying legitimation in the USA**

The article examines the question of political and legal factors and assumptions legitimize lobbying in the United States. During the execution of institutional lobbying in the USA has accumulated a unique experience that can be used in making domestic laws on lobbying. The emergence and legislative regulation of lobbying is associated with the formation of the constitutional and legal principles of direct and representative democracy in the United States, although the seeds of lobbying in the USA can be traced back to the design of the American state.

It is noted that the history of American lobbying – is actually the history of American law and as such, it has begun in the Congress first convocation and the first bill – the establishment of tariffs. The former lobbyists include such prominent American statesmen and the main authors of the Basic Law of the United States as John Edison and Alexander Hamilton, who had one of the lightning lobbying campaigns – the ratification of the Federal Constitution states the Philadelphia convention in 1787. Today lobbying legally regulated at the federal level and at the state level. Each state has its own specific constitutional and legal regulation of lobbying.

Attention is drawn, the process of legitimization of political and legal phenomenon is quite lengthy and lasted nearly a century in the United States. The main political and legal factors and assumptions to legitimize the institute of lobbying in the USA were: a) public monitoring by the authorities during their contact with the subjects of lobbying; b) request the presence of the American Society for

regulating social relations that are associated with the implementation of public influence on the adoption of legal acts; c) multiple detection and disclosure in the media of corruption in decision congressmen and senators bills.

Key words: *lobbying, legitimating, lobbyists, Congress, the bill, the United States.*

УДК 342.34

К. О. Павшук

## ТЕОРІЇ ДЕМОКРАТІЇ СУЧАСНОСТІ ТА ЇХ ВПЛИВ НА КОНСТИТУЦІЙНО-ПРАВОВУ ДІЙСНІСТЬ

У статті розглянуто основні характеристики, а також історія формування й дослідження теорій демократії сучасності. Проаналізовано ліберальну демократію, виборну демократію, мажоритарну та консенсусну демократії, учасницьку й деліберативну демократії. Проілюстровано їх вплив на перебіг демократичних процесів у світі. Розкрито відображення теорій демократії в конституційно-правовій дійсності. Установлено сутнісні взаємозв'язки та подальші перспективи.

Ключові слова: *теорії демократії, ліберальна демократія, учасницька демократія, деліберативна демократія, референдум.*

**Постановка проблеми.** На сьогодні демократія лише на перший погляд є простим поняттям. Насправді ж, вона інколи виглядає курйозною, а погляди на демократичне врядування дослідників різних часів можуть збити з пантелику. Недарма А. Пшеворський улучно зазначив, що «демократія стала свого роду вівтарем, куди кожен несе свої найбільш прийнятні жертвопринесення» [18, с. 10].

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дійсно, на сучасному етапі розвитку правової та політичної науки важко знайти дослідників, які б у своїх доробках так чи інакше не торкалися проблем демократичного врядування. Попри це виокремимо найбільш авторитетних для розробки теорій демократії науковців, унесок яких є вагомим. Це, зокрема, Б. Барбер, Дж.М. Бессетт, Дж. Вольф, Р. Даль, Л. Ле Дюк, Дж. Дьюї, К. Б. Макферсон, Дж. Менсбридж, К. Пейтмен, А. де Токвіль, Д. Хелд, Дж.Ф. Ціммерман, Й. Шумпетер та інші.

**Формування цілей.** Метою статті є дослідження теорій демократії сучасності та їх вплив на конституційно-правову дійсність.

**Виклад основного матеріалу.** Кожна вироблена модель демократії, можливо навіть досягнута та реалізована, спирається не тільки на ідеологічну складову свого існування, але й потребує інституційного закріплення, головним чином для її реалістичності. Саме за допомогою демократичних політичних інститутів різним формам демократії вдається приборкати нестабільність та суперечливість цілей та завдань, які стоять перед нею. Основним науковим завданням цієї статті є спроба узагальнити історію формування та дослідження теорій демократії, а також визна-