

КОНСТИТУЦІЙНО-ПРАВОВІ ЗАСАДИ ЛОБІЮВАННЯ У ФЕДЕРАТИВНІЙ РЕСПУБЛІЦІ НІМЕЧЧИНИ

Володимир НЕСТЕРОВИЧ, кандидат юридичних наук, доцент кафедри конституційного та міжнародного права Луганського державного університету внутрішніх справ імені Е.О. Дідоренка

У статті висвітлено з конституційно-правових позицій німецький досвід лобіювання та можливість його врахування при інституціоналізації лобіювання в Україні. Зокрема, досліджується генезис німецького лобіювання, аналізуються його конституційно-правові регулятори, розкривається специфіка об'єкта, суб'єкта форм лобіювання у ФРН.

Ключові слова: лобіювання, лобістські спілки, лобісти, зацікавлені особи, корпоративні інтереси, консультативно-дорадчі установи.

Подання до Верховної Ради України у різні роки трьох законопроектів про лобіювання, а також розроблення спеціально створеною робочою групою на базі Міністерства юстиції України Концепції нового проекту Закону України «Про лобіювання» значно поживали полеміку з приводу його інституціоналізації у національній правовій системі. Одним із найбільш дискусійних питань як серед науково-експертної громадськості, так і політикуму є вибір моделі лобіювання, яка буде взята за основу у майбутньому законі України – американської чи німецької. Цей вибір ускладнюється в першу чергу недостатнім вивченням зарубіжного конституційно-правового досвіду лобіювання крізь призму його адаптації на національному ґрунті. Тому завданням цієї статті є вивчення німецького досвіду інституційного оформлення лобіювання, який є унікальним та може бути врахований при легітимізації вітчизняного лобіювання.

У виконанні вказаного завдання автору значну допомогу надали праці таких вчених: А.Босерта, В.Белова, П. Буарі, Г. Віттемпера, К. Вяткіна, В. Гука, С. Гольцера, Д. Конрада, С. Зотова, Г. Ламперта, У.Курчевської, М. Моленди-Здзієх, В. Смирнова, В. Сімона, В. Рудзіо, В. Шаповала тощо.

Лобіювання як система легального впливу зацікавлених осіб на процес прийняття нормативно-правових актів з метою закріплення у них певних групових інтересів, одержало назву від англійського «*lobby*», що означає крите приміщення для прогулянок, коридор, вестибюль, кулуари [1, с.754]. Однак у Німеччині, незважаючи на інституційні форми лобістського впливу представників громадянського суспільства на органи державної влади, тріада термінів, – «лобі», «лобіст» та «лобіювання» – не такі широко вживані, як у США. Справа в тому, що вказані слова у минулому отримали достатньо негативне забарвлення, оскільки тривалий час лобістська діяльність була хаотичною, нерідко кримінальною і, в будь-якому випадку, ретельно приховуваною від громадськості. І якщо ще двадцять років тому на шпальтах німецьких газет з'являлося слово «лобі» та похідні від нього, то, як правило, це було ознакою чергового гучного скандалу, пов'язаного з прийняттям різного роду державних рішень. Під час розголосу одного із них відомий державний німецький діяч з обуренням зазначив, що суб'єкти лобіювання «захопили владу у свої руки, а держава перетворилася у нотаріуса, який лише засвідчує результати закулісних угод» [2, с. 181].

Тому на цей час лобіювання у німецькій юридичній лексичці, поряд з натуралізованим «*Lobbying*» [3, с.363] та перекладеним аналогом «*Lobbyismus*», також позначається і як «організоване представ-

ництво інтересів», «система консультування» [4, с.94–95], «впливати» (*beeinflussen*) і «обробляти» (*bearbeiten*) [5, с.141] (владні інституції. – Авт.), а лобістів визначають як «групи інтересів» (*Interessengruppen*) чи «спілки» (*Interessenverbände*) [6, с.1]. На мою думку, це зумовлено також і тим, що в такий спосіб академічні кола, політикум намагаються нейтралізувати в очах громадськості його негативний історичний відтінок та підкреслити, що йдеться саме про легітимну форму комунікації влади і суспільства. Хоча варто зазначити, що прийняття законодавства про лобювання на рівні Європейського Союзу сприяє більш широкому використанню у ФРН поняття «лобіювання» (*lobbying*), як і в інших державах – членах ЄС [7; с. 13–14].

Щодо генезису німецького лобювання, то деякі його сегменти можна знайти ще у XIX столітті. Зокрема, у той час, зважаючи на розчарування суб'єктів господарювання у парламентаризмі та ще досить сильні позиції монарха у системі органів державної влади, представники ділових кіл при лобюванні прийняття необхідних державних рішень використовували у всій повноті придворні підступи, тиски та інтриги. Для цього вони мали численний штат юристів, економістів та куплених журналістів, вчених, державних службовців [8, с. 29–30]. Недарма дореволюційний вчений П. Берлін, аналізуючи законодавчий процес у буржуазній на той час Німеччині, доходить висновку, що його епіцентри знаходилися поза межами парламенту [8, с.31].

У той час у лобістському відстоюванні інтересів суб'єктів господарювання, окрім відверто кримінальних форм, чільне місце належало торговим палатам, перші з яких виникли в окупованій Францією Рейнській області (в 1803 році у Кельні, 1804 році – у Крефельді), а згодом і у всіх інших німецьких князівствах. Німецький вчений В. Сімон, характеризуючи їх, звертає увагу на те, що внаслідок геополітичної роздробленості Німеччини більш ніж на 350 князівств та політично самостійних міст лобістський потенціал торгових палат обмежувався межами їхнього регіону [9, с.32]. Лише у 1861 році, продовжує свою думку науковець, підприємцям та промисловцям вдалося створити загальнодержавну структуру – Німецький конгрес торгових палат [9, с.33].

Централізація державної влади у Німеччині також сприяла виникненню низки галузевих об'єднань, які досить плідно співпрацювали з владними інституціями у правотворчій діяльності. Більшість підприємницьких організацій входило до найбільшої спілки представників бізнесу – Центрального Союзу німецьких промисловців. Лобістська потужність останнього значно зросла за рахунок систематичного видання власного друкованого органу – часопису «Німецька промисловість» [10, с. 211–212].

Отже, сутнісною ознакою німецького лобювання, яка мала значний вплив на подальше його інституційне оформлення, є асоціативний характер лобістського відстоювання корпоративних інтересів – від примітивних середньовічних гільдій до потужних, з парасольковою структурою, торгово-промислових палат. Починаючи з кінця XIX – початку XX століть взаємовідносини об'єднань німецьких підприємців та промисловців з органами державної влади набувають якісно нових, більш цивілізованих форм. Сприяло цьому часткове унормування вказаних питань на конституційному рівні, передусім у Веймарській Конституції Німеччини 1919 року, що було досить позитивною тенденцією на той час.

На сьогодні у Конституції ФРН спеціальною нормою не закріплено право фізичних та юридичних осіб на здійснення лобювання. Однак у ній існує низка статей, з яких німецькі юристи виводять конституційні засади лобювання. Зокрема, частина перша статті 9 Конституції ФРН гаран-

тує існування основного суб'єкта лобіювання – право німецьких громадян створювати об'єднання та товариства, а стаття 17 визначає, що кожен має право самостійно або у групі з іншими письмово звертатися з проханнями та скаргами до органів державної влади та органів місцевого самоврядування [11, с.28, 34]. Згодом остання конституційна норма була деталізована Федеральним законом «Про направлення петицій до Німецького Бундестагу» [12].

Утім, варто звернути увагу, що конституційна практика направлення петицій до владних інституцій ФРН не така ефективна у лобіюванні, як, наприклад, у США чи Великобританії. У 1968 році з ініціативи фракції СДПН у Бундестазі розглядалося питання щодо гарантування участі у відкритому розгляді петицій тих, хто їх направив [13, с.113]. Така форма розгляду петицій, що є типовою для багатьох американських штатів та Великобританії, відкривала б спілкам реальні можливості впливу на представників влади. Проте пропозиція СДПН не була схвалена, у результаті чого петиційне право ФРН не надає значних важелів впливу зацікавленим особам на процес прийняття нормативно-правових актів, оскільки вони обмежені у правових засобах відстоювання власних інтересів під час розгляду їхніх звернень органами влади.

Один із знаних німецьких фахівців у галузі державного (конституційного) права Г. Віттемпер також пропонує віднести до конституційних регуляторів лобіювання статтю 21 Основного Закону, яка підкреслює роль політичних партій у державотворчому процесі. Вчений припускає можливість її тлумачення і на користь лобістських груп [14, с.133].

Загалом у ФРН першим кроком у законодавчому вноормуванні лобіювання можна вважати внесення змін у рамках парламентської реформи до § 73 «Інструкції з регулювання діяльності Бундестагу» від 6 грудня 1951 року, яка закріпила право лобістів в особі спілок та об'єднань брати участь у роботі парламенту [9, с.250-251]. Згодом з'явилася пропозиція про реєстрацію лобістів при Бундестазі, яка вперше була оприлюднена на офіційному рівні у 1965 році. Цього ж року 14 жовтня міжпарламентська робоча група рекомендувала своїм членам подати на розгляд депутатів пропозицію щодо прийняття законодавчого акта, який би визначив правові засади реєстрації представників зацікавлених осіб при парламенті. До початку роботи заново сформованого Бундестагу п'ятого скликання її було подано від імені групи депутатів, яка пізніше була доповнена спільним рішенням фракцій ХДС/ХСС і СДПН. Ця пропозиція ставила право лобістів бути заслуханими на засіданні парламентських комітетів та комісій у залежність від реєстрації.

Разом з тим Бундестаг п'ятого скликання так і не встиг розглянути цю пропозицію. Можливо, й наступний Бундестаг не прийняв би з цього питання ніякого рішення, якби не гучний політичний скандал 1970 року, який отримав назву «Гельднер-афера». У його епіцентрі – депутат Бундестагу від Вільної демократичної партії Гельднер, який через вигідний контракт у якості радника суб'єкта лобіювання змінив свою позицію з певного питання та при голосуванні перейшов із провладної коаліції на бік опозиції [13, с.114].

Тому 21 вересня 1972 року парламентом були прийняті Кодекс поведінки члена Бундестагу й закон, який вимагав публікування у спеціальному виданні так званого «лобістського списку» – переліку різних спілок та їх уповноважених представників, котрі мають змогу брати участь у роботі Бундестагу та федерального уряду. Відповідно до Кодексу депутатам надається право займатися за винагороду проблемами, що виносяться на

обговорення комітетів парламенту. Однак вони зобов'язані своєчасно декларувати у спеціальних документах відомості про своє попереднє співробітництво зі спілками, а також свої чинні укладені з ними угоди та контракти [13, с.113]. Але, як правило, задекларована інформація практично не доходить до широкого загалу. У 1985 році положення Кодексу були деталізовані законом, згідно з яким усі пожертви на користь депутата прирівнюються до актів дарування та обов'язково обкладаються великим податком навіть у тому випадку, якщо виплати здійснювалися через партійну касу.

У 70-ті роки ХХ ст. з ініціативи відомого німецького державного діяча К. Віденкопфа підіймалося питання щодо необхідності прийняття закону про галузеві та професійні об'єднання, норми якого б більш виразно визначили правові форми здійснення лобіювання останніми; утім, позитивного рішення з цього питання так і не було ухвалено [15, с.39].

Варто наголосити, що у Німеччині доволі ліберальне законодавство, порівняно з іншими демократичними країнами Західної Європи та Північної Америки, щодо контролю за парламентарями, які контактують із суб'єктами лобіювання. Тому не дивно, що значна частина німецьких депутатів одночасно перебуває в одній або навіть декількох підприємницьких структурах і здебільшого групується у законодавчому органі не стільки за принципом партійної приналежності, скільки за своїми господарсько-економічними інтересами. За деякими оцінками, приблизно $\frac{2}{3}$ парламентарів є членами правлінь та наглядових рад галузевих і професійних спілок, піклувальних фондів тощо. Показовим у цьому відношенні є приклад депутата від Вільної демократичної партії О. Ламбедорфа, який одночасно перебував членом дев'яти наглядових рад та мав посади у десяти правліннях піклувальних рад фондів. При цьому він також представляв інтереси японської телекомунікаційної корпорації NTT [15, с.38].

Ці тенденції, звичайно, неодноразово викликали жваві і гострі дискусії про необхідність внесення змін до Кодексу поведінки члена Бундестагу та вдосконалення форм парламентського контролю щодо несумісності депутатського мандата з іншими видами прибуткової діяльності. Формально німецькі депутати не порушують конституційний принцип посадової несумісності, але вони з легкістю його обходять шляхом свого перебування на різноманітних громадських посадах в органах, які створені при комерційних установах.

Правові форми взаємодії лобістів в особі спілок та об'єднань з федеральними органами виконавчої влади визначаються двома підзаконними нормативно-правовими актами – «Регламентом діяльності федерального уряду» та «Єдиним положенням про федеральні міністерства» [2, с.182].

Отже, у Німеччині немає федерального закону про лобіювання, проте є ціла низка суміжних нормативно-правових актів, які його регламентують. Серед вад німецької практики унормування лобіювання можна назвати нерегульованість питання відбору зацікавлених осіб, які бажають взяти участь у розробці законодавчих ініціатив у міністерствах та відомствах, що досить часто породжує свавілля німецьких урядовців у такому процесі, а також відсутність належної відкритості на стадії обговорення законопроектів в органах державної влади.

Лобіювання у ФРН передусім ґрунтується на досить стійкій та відпрацьованій роками ефективно функціонуючій системі спілок та організацій, які репрезентують перед органами влади корпоративні інтереси. Серед них – промислові спілки та торгово-промислові палати, об'єднання за професійною, ґендерною, галузевою, регіональною ознаками тощо. Важко визначити точну кількість лобістських спілок, які діють у ФРН. За різними

оцінками, їх кількість тільки у західних землях коливається від 4 до 5 тисяч [2, с.180]. За деякими даними, на одного депутата Бундестагу приходится близько 20 лобістів [15, с.37]. Їх характерною рисою є те, що вони можуть належати виключно до юридичних осіб.

Основними рушіями німецького лобіювання виступають три потужні організації суб'єктів господарювання з парасольковою структурою – Федерація німецької промисловості, Об'єднання асоціацій німецьких роботодавців та Німецький Конгрес торгово-промислових палат. Їх науково-дослідні, експертні підрозділи систематично здійснюють моніторинг правотворчих ініціатив, які розроблюються урядовими установами, а також надають фахову інформацію під час роботи над ними. Усі пропозиції, аналітичні матеріали оформляються відповідно до вимог офіційних документів та направляються до владних інституцій. Наприклад, лише Федеральним Союзом німецької промисловості щорічно направляється від 100 до 250 документів на адресу Бундестагу, федерального уряду, ЄС, адміністрації земель (мова йде лише про найбільш значущі питання) [16, с.139–140].

Оскільки у ФРН запроваджено модель законодавчого органу із сильною системою комітетів, то цілком закономірно, що участь лобістів у їх роботі є основною формою лобіювання у парламенті. Зокрема, згідно з Регламентом діяльності Німецького Бундестагу, лобістським спілкам дозволяється акредитувати своїх уповноважених представників при комітеті для участі у його засіданнях, на яких вони мають право виступу, а також ініціювати проведення на базі парламентського комітету громадських слухань [4, с.93–94].

Лобіювання регіональних інтересів на загальнодержавному рівні переважно здійснюється через Бундесрат, який виконує функцію «справжньої верхньої Палати». У цілому для конституційної практики Німеччини характерно, що близько половини з прийнятих федеральних законів ухвалюється саме завдяки принциповій позиції у законодавчому процесі Бундесрату [17, с.200–201].

Утім, основним об'єктом лобіювання у ФРН є не парламент, а центральні органи виконавчої влади. Це зумовлено низкою чинників:

- по-перше, побудовою взаємодії законодавчого органу й уряду за принципами «раціоналізованого парламентаризму», згідно з якою ключова роль у формуванні Уряду належить коаліції депутатських фракцій, що спричиняє «зворотний ефект впливу»;
- по-друге, традиційно сильними і стабільними позиціями федерального канцлера у системі федеральних органів ФРН, які німецькі наукові джерела небезпідставно характеризують як «канцлер-демократія» [4, с.283];
- по-третє, значущістю діяльності уряду й адміністрацій різного рівня, що неухильно зростає, – приблизно $\frac{3}{4}$ федеральних законів, які приймаються, ґрунтуються на проектах, підготовлених в уряді [14, с.189].

Безпосередня взаємодія між лобістами та урядовими установами відбувається здебільшого у консультативному форматі. Процедурно цей процес можна охарактеризувати таким чином. Зацікавлені особи, керуючись нормами «Регламенту діяльності федерального уряду» та «Єдиним положенням про федеральні міністерства», ініціюють перед урядовими відомствами прийняття необхідних нормативно-правових актів. Адресати цієї ініціативи – органи виконавчої влади – після попереднього вивчення проектів нормативно-правових актів залучають до роботи над ними позавідомчих фахівців і експертів або, за потреби, створюють на тимчасовій чи постійній

основі дорадчі органи, до складу яких залучаються представники лобістських спілок. Консультативно-дорадчі органи, які переважно мають форму комітетів чи комісій, діють практично при всіх федеральних відомствах [3, с.360–361]. Більшість з них – близько 90 – зосереджено при міністерствах економіки та праці [2, с.180].

Німецький вчений В. Хенніс з цього приводу відзначає, що в особі консультативно-дорадчих органів конституційний лад Німеччини вже давно набув загальноновизнаної форми представництва тих чи інших інтересів. Вони такі ж невід’ємні суб’єкти правотворчого процесу, продовжує свою думку науковець, як Бундестаг чи урядові установи [9, с.245]. Однак варто зауважити, що, як правило, ці установи не мають чітко визначеного юридичного статусу та не потребують для свого створення чи реорганізації будь-якої уніфікованої адміністративної процедури. Відсутність правової регламентації у поєднанні з їх інституційною гнучкістю роблять саме ці органи однією із найбільш зручних та практичних форм контактів представників лобістських спілок та союзів з урядовими установами.

Більше того, консультативно-дорадчі органи створюються не лише навколо органів державної влади, а й при найбільших політичних партіях. Як приклад можна назвати «Комітет незалежних» при СДПН, «Об’єднання середнього класу» при ВДП, економічні ради при ХДС і ХСС. У реєстраційних офіційних документах цих органів основною метою визначено надання допомоги політичним партіям при розробці економічної та соціальної політики, співпраця з парламентськими та державними органами з усіх соціально-економічних питань та їх консультування у вказаних сферах. Слід наголосити, що консультативно-дорадчі органи при політичних партіях є досить представницькими. Підтвердження цьому – представлення у них фактично усіх великих німецьких фірм та компаній. Основними формами роботи дорадчих органів є проведення різного роду семінарів, конференцій, круглих столів з актуальних економічних, фінансових та соціальних питань за участю представників влади та бізнесу [15, с.38].

Отже, з огляду на викладене вище можна зробити висновок, що сутнісною прикметою лобіювання у ФРН є домінування неформальних лобістських контактів, які здебільшого не мають чітко регламентованої юридичної форми. Тому не дивно, що серед німецької наукової громадськості це неодноразово викликало осуд та підіймало питання щодо більш детальної законодавчої регламентації взаємодії лобістів та представників влади. Зокрема, В. Вебер акцентує увагу на частковій квазіконституційній участі підприємницьких об’єднань у процесі прийняття нормативно-правових актів та на демонтуванні елемента державності у ФРН, яке сприяє втраті самої субстанції авторитету держави, визначеної Конституцією [9, с. 211].

Варто звернути увагу, що лобістські спілки та союзи великого значення надають соціальній легітимізації своїх дій. Це досягається передусім за рахунок впливу на громадську думку через засоби масової інформації. Так, лобістські спілки систематично розміщують різноманітні експертні висновки та ініціюють проведення відкритих обговорень відносно того чи іншого проекту нормативно-правового акта на сторінках таких авторитетних періодичних німецьких видань, як «Der Spiegel», «Neue Revue», «Stern», «Quick», «Bunte» [3, с.181]. Поряд із цим у лобістській практиці широкого розповсюдження набула організація так званих «ділових груп за контактами». Їх головна мета полягає у тому, щоб через різного роду місцеві політичні, громадські, культурні спілки, клуби, навчальні заклади, молодіжні центри та місцеві мас-медіа довести до свідомості кожного громадянина легітимний зміст та стратегію репрезентованого інтересу, а також надати

асоціаціям, які не мають прямого контакту з громадськістю, широкі можливості для безпосереднього спілкування з ними через місцеві структури [15, с.39].

Отже, об'єднання та союзи, які є основними суб'єктами лобіювання у Німеччині, мають реальну змогу здійснювати лобістський вплив на органи державної влади фактично на усіх стадіях правотворчого процесу. Сутнісною прикметою конституційно-правового регулювання лобіювання у ФРН є те, що деталізація конституційних норм, які є підґрунтям цього політико-правового феномена, знайшла своє продовження не у спеціальному федеральному законі, як, наприклад, у США чи Канаді, а у цілій низці суміжних нормативно-правових актів різної юридичної сили. До вад німецького законодавства про лобіювання можна віднести неврегульованість питань відбору груп інтересів, які беруть участь у розробці законопроектів у міністерствах, що породжує свавілля німецьких урядовців у цьому процесі, а також відсутність належної відкритості на стадії обговорення законопроектів у органах державної влади.

Таким чином, вбачаю за доцільне звернути увагу на такі моменти німецького лобіювання, які можуть бути враховані при інституціоналізації лобіювання в Україні:

- прийняти з метою зменшення інституційних перепон у легітимізації лобіювання спеціальний Закон України «Про лобіювання» на протиположний сегментарному його врегулюванню нормативно-правовими актами різної юридичної сили;
- запровадити спеціальний «лобістський реєстр» осіб, що здійснюють лобіювання з обов'язковим його систематичним оприлюдненням як через офіційні видання, так і мережу «Інтернет»;
- мінімізувати дискреційні повноваження органів, до компетенції яких належить реєстрування та акредитування лобістів та лобістських об'єднань, через законодавче визначення чітких та незабюрократизованих відповідних процедур;
- створити інституційні форми участі корпоративних суб'єктів у роботі консультативно-дорадчих установ, які сформовані при Секретаріаті Президента України, Кабінеті Міністрів України, міністерствах та інших органах центральної виконавчої влади;
- посилити вимоги до представників влади при їх контактуванні з суб'єктами лобіювання шляхом ухвалення Етичних кодексів народного депутата України, члена Кабінету Міністрів України та державного службовця.

Література

1. Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English. – Sixth edition / Ed. by Sally Wenmeier, Phonetics Editor Michael Ashby. – Oxford University Press, 2000. – 1540 p.
2. Вяткин К. Лоббизм по-немецки // Полис. – 1993. – № 3. – С. 179–183.
3. Lampert H., Bossert A. Die Wirtschafts- und Sozialordnung der Bundesrepublik Deutschland im Rahmen der Europäischen Union. – München: Olzog, 2001. – 420 S.
4. Rudzio W. Das politische System der Bundesrepublik Deutschland. – Leske Budrich, Opladen: UTB für Wissenschaft, 2000. – 589 S.
5. Буари Филипп А. Паблик рилейшинз, или стратегия доверия. Пер. с фр. – М.: Консалтинговая группа «Имидж-контакт», ИНФРА – М., 2001. – 178 с.
6. Huc V., Holzer S. Interessenverbände und Interessengruppen // Informationen zur politischen Bildung. – 1987. – № 217, 4 Quar. – S. 1–5, 9.

7. Kurczewcka U., Molęda-Zdziech M. Lobbying w Unii Europejskiej / Instytut Spraw Publicznych. – Warszawa, 2002. – 228 s.
8. Берлинъ П. А. Политическая борьба въ парламентѣ и внѣ его. – С.-Пб.: Изд-во О.Н.Поповой, 1906. – 49 с.
9. Симон В. Всесилие союзов предпринимателей. Союзы в экономической и политической системе ФРГ / Пер. с немец. Ю.И. Юданова. – М.: Прогресс, 1979. – 280 с.
10. Германские предпринимательские союзы для защиты общих экономических интересов // Промышленность и торговля. – 1908. – № 4. – С. 211–214.
11. Grundgesetz für die Bundesrepublik Deutschland. Textausgabe mit ausführlichen Verweisungen und einem Sachverzeichnis. – München: C.H. Beck'sche Verlagsbuchhandlung, 1999. – 680 S.
12. Gesetz über die Befugnisse des Petitionsausschusses des Deutschen Bundestages (Gesetz nach Artikel 45 des Grundgesetz) // Grundgesetz für die Bundesrepublik Deutschland. Textausgabe mit ausführlichen Verweisungen und einem Sachverzeichnis. – München: C.H. Beck'sche Verlagsbuchhandlung, 1999. – S. 443–444.
13. Смирнов В., Зотов С. Лоббизм в России и за рубежом: политико-правовые проблемы // Государство и право. – 1996. – № 1. – С. 112–120.
14. Wittkämper G.W. Grundgesetz und Interessenverbände: Die verfassungsrechtliche Stellung d. Interessenverbände nach d. Grundgesetz. – Köln; Opladen: Westdt. Verl., 1963. – 248 S.
15. Белов В., Вяткин К. Лоббистская деятельность в ФРГ // Бизнес и политика. – 1995. – № 4. – С. 34–39.
16. Conrad D.P. The German Polity. – Sixth Edition. – New York: Longman Publishers USA, 1996. – 338 p.
17. Democracies at the Crossroads / General Editors M. Kesselman, J. Krieger, W. Joseph. – Toronto-Lexington, Massachusetts: D.C. Heath and Company, 1996. – 397 p.

CONSTITUTIONAL LAW PRINCIPLES OF LOBBYING IN FEDERAL REPUBLIC OF GERMANY

Volodymyr NESTEROVYCH

The article explains the German experience of lobbying from the point of view of constitutional law and considers possibility to take it into account when institutionalising the institute of lobbying in Ukraine. In particular, the genesis of German lobbying is studied, its constitutional law regulations are analysed, the specificity of the object and of the subject of lobbying forms in FRG is shown.

Key words: *lobbying, lobbyist associations, lobbyists, interested persons, corporate interests, advisory bodies.*

КОНСТИТУЦИОННО-ПРАВОВЫЕ НАЧАЛА ЛОББИРОВАНИЯ В ФЕДЕРАТИВНОЙ РЕСПУБЛИКЕ ГЕРМАНИИ

Владимир НЕСТЕРОВИЧ

В статье освещен с конституционно-правовых позиций германский опыт лоббирования и возможность его учета при институционализации лоббирования в Украине. В частности, исследуется генезис германского лоббирования, анализируются его конституционно-правовые регуляторы, раскрывается специфика объекта, субъекта форм лоббирования в ФРГ.

Ключевые слова: *лоббирование, лоббистские союзы, лоббисты, заинтересованные лица, корпоративные интересы, консультативно-совещательные учреждения.*