



Максим Ігорович БРИЗЦЬКИЙ,
аспірант Львівського національного університету
імені Івана Франка,
вул. Університетська, 1, м. Львів, 79000,
m.bryzitskyi@gmail.com

УДК: 340.134

ЛОБЮВАННЯ: ДЕЯКІ ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ

Здійснюється аналіз соціального інституту лобювання через призму діяльнісного підходу. Зроблено висновок про те, що лобістська діяльність як цілеспрямований вплив на суб'єктів публічної влади має на меті задоволення групових інтересів (інтересів зацікавлених осіб). Її структуру складають суб'єкти лобювання (представники), об'єкти лобювання (суб'єкти публічної влади), дії суб'єктів лобювання (вплив на об'єкти), засоби впливу та результати — офіційні акти (як дії, так і документи). Визначено, що лобювання є однією з форм представництва групових інтересів. Виявлено природу лобювання та визначено його поняття. Під лобюванням запропоновано розуміти цілеспрямований вплив представника групових інтересів на суб'єкта публічної влади з метою відображення в офіційних актах інтересів зацікавлених осіб. Встановлено, що ефективність лобювання значною мірою залежить від його правового механізму.

Ключові слова: лобювання, лобістська діяльність.

Формування правової, демократичної держави в Україні є важливим завданням сьогодення, яке потребує зусиль всього суспільства. Важливими ознаками такої держави є вільне вираження особою своїх переконань та участь в управлінні державними справами. До інститутів, що забезпечують досягнення вказаних завдань у сучасних умовах, відносять і легалізований у суспільстві інститут лобювання, який сприяє розв'язанню низки питань, задоволенню інтересів суб'єктів суспільних відносин у встановленому законом порядку. Щоправда, такий інститут може існувати лише у поліцентричній політичній системі, в якій створені умови для здорової конкуренції та компромісу суспільних інтересів. Окрім цього, він повинен мати чітко визначений правовий механізм, закріплений у чинній системі джерел права. Ефективним такий механізм буде лише за умови виявлення природи такого явища, як лобювання, та встановлення необхідних правових засобів забезпечення його функціонування.

Питанню лобювання як соціальному явищу приділяється достатня увага соціологічної та політологічної наук, як зарубіжних, так і вітчизняних. Зокрема питання природи, співвідношення з іншими явищами, значення як соціального інституту, місця у політичній системі висвітлювалися у працях Р. Карія, Д. Лоурі, Т. В. Азарової, Ю. В. Себанадзе, Є. Б. Тихомирової та ін. Останнім часом посилилася увага і юридичної науки до питання лобювання та його формалізації у законодавстві, впливу на правотворчість та інші види юридичної діяльності. Зокрема питанням правового регулювання лобювання присвячені праці К. Кумс, В. Джонсона, Р. Чарі, Г. Мерфі, С. В. Васильєвої, А. І. Куліша, О. О. Одінцової та ін. Лобізм у правотворчій діяльності висвітлювався у працях Е. Ноунса, Д. С. Котоміна, О. В. Дягілева, В. Ф. Нестеровича. Проте і дотепер малодослідженими залишилися питання лобювання в контексті діяльнісного підходу, формування його правового механізму.



Метою статті є виявлення основних властивостей лобіювання, його структури, що дозволить сформувати ефективний правовий механізм лобіювання та зафіксувати основні його параметри у національній системі джерел права.

Незважаючи на те, що термін “лобіювання” з’явився ще наприкінці XIX ст., а до початку XX ст. вже набув характеристики легітимного способу впливу на владних суб’єктів з метою прийняття юридичних актів, що задовольняють інтереси зацікавлених осіб, проте і донині у соціальній науці відсутнє єдине розуміння поняття “лобіювання”. У літературі висвітлюються різні підходи до розуміння змісту цього поняття. Зокрема в політології під лобіюванням розуміють увесь процес взаємодії держави і громадянського суспільства. Так, В. Лепьохін розглядає лобіювання як “процес приведення формальної влади відповідно до влади фактичної” [1, с. 119]. У соціологічній літературі звертається увагу на інформаційні та комунікативні аспекти цього явища: Л. Зеттер характеризує лобіювання як “процес пошуку засобів впливу на уряд та його інституції шляхом інформування громадськості щодо політичних питань, що стоять на порядку денному” [2, с. 3]; Дж. Андерсон та У. Курчевська асоціюють лобіювання з наданням інформації владним інституціям з боку груп тиску з метою впливу на процес прийняття політико-правових рішень. У юридичній літературі зазвичай лобіювання зв’язують із формалізацією у джерелах права. До прикладу, В. Ф. Нестеровичем запропонована дефініція лобіювання, як процесу легального впливу на чітко визначені законом органи державної влади й органи місцевого самоврядування, а також на їх посадових осіб з боку зареєстрованих у встановленому законом порядку фізичних та юридичних осіб з метою закріплення власних інтересів чи інтересів третіх осіб (клієнтів) у нормативно-правових актах, що приймаються [3, с. 5].

На нашу думку, дослідження лобіювання через концепцію діяльності є найбільш доцільним. Такі підходи в літературі зустрічаються доволі часто. Зокрема німецький науковець В. Рудзіо тлумачить лобіювання як діяльність лобістів у парламенті, які намагаються здійснити вплив на законодавців з метою відстояти вигідний певним групам законопроект [4, с. 94]. Ф. Ж. Фарнель визначає лобіювання як діяльність, спрямовану на створення прямого або непрямого впливу на процес розробки, застосування або тлумачення законодавчих та інших нормативних актів і взагалі на будь-які дії чи рішення органів державної влади [5, с. 16]. Вітчизняні дослідники К. Манжул та І. Нікітчук також використовують поняття “діяльність” як визначаюче [6, с. 11]. З іншої сторони, Дж. Ліберман [7, с. 288], П. Кислий та Ч. Вайс [8, с. 392], Нова Британська енциклопедія [9, с. 429] застосовують поняття “спроба”, а Ф. Баугартнер та Б. Ліч [10, с. 34], А. Наунс [11, с. 5] — “зусилля”, що також відсилає до діяльності.

У частині нормативно-правових актів, покликаних регулювати лобіювання, немає дефініції останнього. Натомість “Акт про відкритість лобіювання від 1995 року” у США (*Lobbying Disclosure Act of 1995*), “Кодекс поведінки лобістів” Австралії (*Lobbying Code of Conduct*), “Закон про лобістську діяльність” Лумби (*Law on Lobbying Activities*) та польський “Акт про лобістську діяльність у законодавчому процесі” (*Ustawa o działalności lobbingskiej w procesie stanowienia prawa*) визначають і використовують поняття “лобістська діяльність”. Вказане може свідчити або про дещо ширше розуміння законодавцем поняття “лобіювання”, зокрема позначення ним певного явища, та неможливість його зведення лише до процесу, поведінки, або про бажання відмежуватися від загальнозживаного поняття політологічного походження та надати йому правового забарвлення.

Перш ніж здійснити характеристику лобіювання як певного виду діяльності, слід з’ясувати зміст поняття “діяльність”. Так, соціологи під діяльністю розуміють форму активності, що характеризує здатність людини чи пов’язаних з нею систем бути причиною змін у бутті; форму активного ставлення людини до оточуючого її світу з метою перетворення. Соціальна ж діяльність — сукупність соціально-значущих дій, які здійснює суб’єкт (суспільство, клас, група, індивід) в різних сферах і на різних рівнях соціальної організації суспільства, що має на меті певні соціальні інтереси і використовує для досягнення цих інтересів різні засоби — економічні, соціальні, політичні, ідеологічні [12, с. 174–175].



Каган М. С. зазначав, що людська діяльність є історичним явищем, яке виникає, змінюється та удосконалюється разом із розвитком соціальних відносин, які вона обслуговує і які вона ж постійно змінює. Основною характеристикою діяльності є її усвідомленість. Проте реальна діяльність завжди реалізується в конкретних, історично розвинених формах [13, с. 42].

З самого початку теорія діяльності вибудовувалась на основі праць Л. Вигоцького і його концепції посередництва, в якому стимулюючий вплив і відповідь на нього опосередковуються комплексом проміжних дій. Відповідно базова структура діяльності зазвичай описується “трикутною моделлю”, тобто складається із суб’єкта (людини або групи людей, що здійснює діяльність), об’єкта (те, на що спрямована діяльність) та інструментів (засобів). У такому “трикутнику” об’єкт розглядається і піддається впливу в межах наявних засобів; суб’єкт мотивується необхідністю перетворення об’єкта в результат; процес опосередкований одним або кількома інструментами (засобами). Засобом може бути будь-що, що використовується у процесі трансформації: знакові системи, інструменти, процеси, машини, методи, право.

Пізніше у філософських дослідженнях людської діяльності структура останньої інтерпретувалася по-різному. Здебільшого у літературі пропонується вирізняти такі необхідні її елементи: суб’єкт (носії діяльності), об’єкт (те, на що спрямовано діяльність), мета (ідеальний образ бажаного результату, відповідно до якого перетворюється предмет), засіб (тобто те, за допомогою чого здійснюється перетворення) і, нарешті, реальний, справжній результат [14, с. 112].

Проте А. Леонт’єв вважав, що якщо з діяльності подумки вилучити дії, які її здійснюють, то від діяльності взагалі нічого не залишиться [15, с. 104]. Р. Немов, розкриваючи будову діяльності, вказує, що діяльність людини має такі основні характеристики: мотив, мету, предмет, засоби і структуру. “В останній, — зазначає автор, — зазвичай виділяють дії й операції як основні складові діяльності” [16, с. 149–150]. Е. Юдін, здійснюючи системний аналіз людської діяльності, стверджував, що “всезагальна структура діяльності включає в себе мету, засіб, результат і сам процес діяльності” [17, с. 268]. Згаданий вище М. С. Каган визначає діяльність як активність суб’єкта, спрямовану на об’єкти, зокрема й інших суб’єктів, а сама людина повинна розглядатися як суб’єкт діяльності. Відповідно елементами діяльності він вважав суб’єкта, об’єкт та саму активність, що “виражається в тому чи іншому способі оволодіння (рос. — “овладения”) об’єкта суб’єктом чи у встановленні суб’єктом комунікативної взаємодії з іншими” [13, с. 45]. Таким чином, сама активність, дії, операції є необхідною складовою, без якої діяльність як концепція, модель таких дій втрачає свій сенс.

Враховуючи складний характер саме лобістської діяльності та специфічні соціальні, політичні, правові умови її здійснення, найбільш вдалою є структура, що включатиме мету, суб’єкт, об’єкт, саму активність, засоби та результат лобіювання. Такий підхід дозволить послідовно виявити найбільш суттєві властивості досліджуваного явища.

Насамперед, необхідно зазначити, що будь-яка діяльність суб’єкта спрямовується на досягнення певної мети. Не є виключенням і лобістська діяльність. На думку Д. Лоурі, “однією з найважливіших проблем є те, що практично всі дослідження організованих інтересів (у тому числі лобіювання — авт.) починаються зі спрощеного припущення, що метою останніх є вплив на державну політику. Таке припущення є хибним. Основною метою є бажання вижити” [18, с. 1].

З’ясування мети лобістської діяльності тотожне встановленню її соціальної сутності, тобто здатності слугувати засобом задоволення інтересів тих чи інших суб’єктів суспільства. Державна влада, володіючи спеціальним апаратом та необхідними засобами, покликана вирішувати загальносуспільні справи. При цьому поза увагою часто залишаються окремі колективні чи індивідуальні інтереси. І це є цілком природним та очевидним, враховуючи, що кількість інтересів у будь-якому суспільстві на кожному з етапів його розвитку значно перевищує доступні можливості (ресурси) для їх задоволення. Інакше кажучи, завжди існують групи осіб, чий інтерес не потрапляють до пріоритетів державної (регіональної, місцевої) політики. Здійснення ж владних функцій, як відомо,



завжди має вибірковий характер. При цьому головною ознакою політики має бути баланс інтересів. Отже, лобіювання має основну мету — задоволення інтересів відповідних суб'єктів.

Важливим елементом лобіювання як діяльності є його суб'єкт. Щодо відповідного терміна на позначення суб'єкта лобіювання, так і його змістовного наповнення в літературі немає однозначності поглядів, що пояснюється різними підходами до цього питання різних суспільних наук, зокрема політологією та юриспруденцією. Так, дослідники в галузі права виділяють два підходи до розуміння лобіювання, залежно від рівня узагальнення. Перший — лобіювання як реалізація права кожного громадянина звертатися з клопотанням до свого уряду; другий — лобіювання як професійна діяльність співробітників або спеціальних консультантів, найнятих компаніями, діловими й професійними асоціаціями, профспілками та іншими групами, для представлення інтересів цих організацій у процесі формування державної політики [19, с. 34].

Більшість вітчизняних учених для характеристики лобіювання обирають саме другий підхід. На такий вибір наштовхує етимологія поняття “*lobby*” як приміщення навколо залів засідань у будинку Палати громад англійського парламенту, де уповноважені від різноманітних груп інтересів чекали на парламентаріїв для того, щоб обговорити з ними окремі питання законодавчого характеру та силою переконання чи іншими методами вплинути на результат подальшого голосування у парламенті. Зведення лобіювання виключно до професійних його форм неодмінно призведе до необхідності виокремлення конкретних критеріїв — суб'єктного складу, розміру коштів та затраченого часу на цю діяльність тощо. Такі критерії у правових системах, що формалізували лобіювання, встановлюються спеціальним законодавством. Проте у правових системах, де відсутнє таке законодавство, вкрай складно буде визначити чіткі параметри лобіювання.

У будь-якому випадку необхідною умовою є наявність суб'єкта лобіювання, що має достатні можливості для представництва інтересів зацікавлених осіб, які дозволяють йому впливати на владних суб'єктів з метою прийняття рішень, які задовольняли б такі інтереси. У політологічній літературі зазначається, що сучасний лобізм — це система відносин, яка подібна до піраміди, що має за основу зацікавлені групи, посередині — експертів-посередників, а на верхівці — політиків [20, с. 366].

Необхідним критерієм для виокремлення лобістської діяльності є її мета — задоволення відповідних інтересів. Виходячи з суті інтересу як усвідомленої потреби, єдино можливим його носієм є людина, оскільки вирізняючою особливістю останньої є наявність свідомості як вищої форми відображення дійсності. Як відомо, жодна інша істота, як і неживі речі, не можуть мати інтересу. З іншої сторони, людина є істотою соціальною і тільки в суспільстві може задовольнити більшість своїх потреб. Далі задоволення деяких потреб можливе лише шляхом об'єднання зусиль з іншими особами. У такому випадку слід говорити про інтереси групи, класу, суспільства. Більше того, необхідно зазначити, що людина (громадянин) впливає на владних суб'єктів в інший спосіб (наприклад, вибори, референдуми, звернення тощо). Отже, лобіювання необхідне здебільшого для представництва групових інтересів. На думку С. В. Васильєвої [21, с. 74], лобіювання є доволі витребуваним бізнес-структурами та некомерційними організаціями, що потребують особливих правових механізмів реалізації власних інтересів, оскільки не можуть реалізувати останні через інститути традиційної демократії.

У літературі групами інтересів називають інституційні структури будь-якого типу, які не претендують на політичну владу, але намагаються впливати на неї посередництвом у забезпеченні інтересів своїх членів. Типологія таких груп є доволі багатоманітною: за сферою суспільних відносин (економічні, соціальні, релігійні, наукові тощо), за організаційними структурами (масові, кадрові, науково-дослідні центри, рекламні агентства) та ін.

При цьому хоча конкретні лобістські дії зазвичай вчиняються окремими індивідами, суб'єктами лобіювання можуть бути як індивід (лобіст), так і їх об'єднання (лобістські фірми) — представники групових інтересів. Такий суб'єкт лобіювання



(представник) діє на підставі замовлення (наданих повноважень на здійснення лобістської діяльності) від групи інтересів.

Іншим важливим елементом лобістської діяльності є об'єкт. При цьому забезпечення інтересів зацікавлених осіб можливе завдяки впливу суб'єкта лобіювання на об'єкт. Таким об'єктом у лобіюванні є суб'єкти публічної влади, які мають відповідні повноваження щодо прийняття відповідних актів на користь зацікавлених осіб.

У літературі зазвичай називають дві форми публічної влади:

- 1) державна влада;
- 2) влада місцевого самоврядування (муніципальна влада).

До суб'єктів публічної влади належать: органи державної влади, органи місцевого самоврядування, їхні посадові чи службові особи, інші суб'єкти при здійсненні ними офіційних владних функцій. Саме наявність офіційних владних повноважень відрізняє суб'єктів публічної влади від суб'єктів інших видів влади (наприклад, громадської, сімейної, корпоративної тощо). Відтак саме завдяки цим повноваженням суб'єкт публічної влади може приймати рішення в інтересах зацікавлених осіб. Таким чином, термін "суб'єкт публічної влади" є найбільш відповідним для позначення об'єкта лобістської діяльності.

Досягнення мети лобіювання забезпечується діями представника інтересів у формі впливу на суб'єктів публічної влади. У психології вплив трактується як процес і результат зміни індивідом поведінки іншої людини, її поглядів, переконань, намірів, інтересів тощо в процесі взаємодії з нею. При цьому такий вплив є спрямованим, тобто суб'єкт ставить перед собою завдання досягти певного результату. У соціології виокремлюють такі види впливу, як примусовий (основний спосіб тиску — можливе покарання за відмову підкоритись), легітимний (передбачений законом), нагороджувачий (винагорода за згоду підкоритись), інформаційний і експертний (заснований на переконанні в компетенції джерела), референтний (заснований на ідентифікації об'єкта впливу з суб'єктом). Варто зазначити, що останні три види найчастіше використовуються в лобістській діяльності.

У межах впливу також виділяють методи: атака (нестандартна, активна, багатозначна дія на психіку людини з метою відключення логічного мислення, введення у стан розгубленості з метою домогтись потрібної реакції), тиск (інтенсивний, направлений, стійкий вплив на психіку людини з метою примусу її до певних дій), маніпуляція (замаскований, двозначний вплив на психіку людини з метою поставити її у незручне становище, ситуацію необхідності вибору альтернатив своєї поведінки), програмування (одноманітний, наполегливий, інертний вплив на психіку людини з метою формування необхідних стереотипів поведінки).

Таким чином, саме вплив є тією характерною ознакою, завдяки якій лобіювання виділяється як самостійне явище серед інших способів взаємодії у відносинах особа-держава, хоча лобіювання як діяльність передбачає й інші форми активності, що відбуваються окремо чи безпосередньо поряд із впливом: виявлення, узгодження лобіюваного інтересу, підготовка до впливу, взаємодія з іншими суб'єктами лобіювання тощо.

Вплив суб'єкта лобіювання на об'єкт здійснюється за допомогою засобів лобіювання, що складають його інструментарій. Такі засоби можуть бути економічними, соціальними, політичними, ідеологічними, правовими тощо. До останніх, зокрема, слід віднести правовий статус суб'єкта лобіювання, суб'єкта публічної влади, джерела права що регулюють окремі лобістські дії та ін.

Попри те, що лобістський вплив здійснюється на конкретного суб'єкта публічної влади, результатом цих дій є його офіційні акти (як дії, так і документи). Справа в тому, що інтереси зацікавлених осіб залежать від здійснення повноважень суб'єктом публічної влади. Іншими словами, конкретна лобістська діяльність здійснюється лише щодо тих інтересів, які можуть бути "вирішені" конкретним суб'єктом у відповідний спосіб, час і т.д. Діяльність суб'єкта публічної влади може бути правотворчою, правозастосовною, правотлумачною, контрольною тощо, а її результатом — відповідні



акти (дії та документи). При цьому задоволення інтересу зацікавленої особи може вичерпуватися одним актом, а може мати системний характер у формі постійного впливу.

У юридичній літературі виокремлюють як результат лобіювання зазвичай лише нормативно-правові акти. Але результатом впливу може бути не лише прийняття нормативно-правового акта та інших джерел права, а й індивідуальних правових актів, інших документів, вчинення дій.

При цьому слід зазначити, що суб'єкти публічної влади здійснюють свої повноваження за спеціально-дозвільним принципом, згідно з яким “заборонено все, крім прямо передбаченого законом”. Тобто в більшості випадків позитивним правом передбачено чіткі підстави і порядок здійснення їх діяльності, дій та прийняття відповідних документів. Відповідно ефективність та правомірність лобіювання значною мірою залежатиме від легалізованого у чинній системі джерела права механізму лобіювання, що, зокрема, передбачатиме моделі впливу представників груп інтересів на суб'єктів публічної влади.

Дослідження лобіювання як соціального інституту дозволяє виокремити такі його властивості:

1) лобіювання є формою представництва групових інтересів (інтересів зацікавлених осіб);

2) метою лобіювання є задоволення інтересів зацікавлених осіб;

3) суб'єктами лобіювання є уповноважені зацікавленими особами представники (лобісти та їх об'єднання);

4) об'єктом лобістських дій є суб'єкти публічної влади;

5) лобіювання здійснюється через цілеспрямований вплив представника зацікавлених осіб на суб'єкта публічної влади;

6) здійснюється цей вплив за допомогою різних засобів, зокрема правових;

7) результатом лобіювання є офіційні акти (як дії, так і документи).

До структури лобістської діяльності належать суб'єкт лобіювання (представник зацікавлених осіб), його дії (вплив), об'єкт лобіювання (суб'єкт публічної влади), засоби впливу та результат.

Підсумовуючи, слід сказати, що лобіювання — це цілеспрямований вплив представника групових інтересів на суб'єкта публічної влади з метою відображення в офіційних актах інтересів зацікавлених осіб.

Ефективність цієї діяльності забезпечується правовим механізмом лобіювання, питання створення та функціонування якого потребують подальшого дослідження з позицій загальної теорії права.

Список використаних джерел

1. *Лепехин, В. А.* Лоббизм в России и проблемы его правового регулирования [Текст] / В. А. Лепехин // Политические исследования. — 1998. — № 4. — С. 119–121.
2. *Zetter, L.* Lobbying. The Art of Political Persuasion [Text] / L. Zetter. — Great Britain : Harriman House LTD, 2008. — 454 p.
3. *Нестерович, В. Ф.* Конституційно-правові аспекти лобіювання у правотворчому процесі України [Текст] : автореф. дис. на здобуття канд. юрид. наук : спец. 12.00.02 “Конституційне право” / В. Ф. Нестерович. — К., 2008. — 21 с.
4. *Rudzio, W.* Das politische System der Bundesrepublik Deutschland [Text] / W. Rudzio. — Leske Budrich, Opladen : UTB Für wissenschaft, 2000. — 589 s.
5. *Франк, Ж. Ф.* Лоббирование: Стратегии и техники вмешательства [Текст] : монограф. / Франк Ж. Фарнель. — Париж : Les Editions D'Organisation, 1994. — 258 с.
6. *Манжул, К. В.* Лобізм у законотворчій діяльності України [Текст] / К. В. Манжул, І. І. Нікітчук // Бюлетень Міністерства юстиції України. — 2005. — № 11 (49). — С. 5–11.
7. *Liberman, J. K.* A Practical Companion to the Constitution [Text] / J. K. Liberman. — Berkley-Los Angeles-London : University of California Press, 1999. — 797 p.
8. *Кислий, П.* Становлення парламентаризму в Україні: На тлі світового досвіду [Текст] / П. Кислий, Ч. Вайз. — К. : Абрис, 2000. — 414 с.



9. The New Encyclopaedia Britannica [Text]. — Vol. 7. — 15-th Edition / [Peter B. Norton, President and Chief Executive Officer; Josef J. Esposito, President Publishing Group]. — Chicago, 1994. — 1044 p.
10. Baumgartner, F. R. Basic Interests: The Importance of Groups on Politics and in Political Science [Text] / Frank R. Baumgartner, Beth L. Leech. — Princeton, NJ : Princeton University Press, 1998. — 248 p.
11. Nownes, A. J. Total Lobbying: What Lobbyists Want (and How They Try to Get It) [Text] / Anthony J. Nownes. — Cambridge : Cambridge University Press, 2006. — 278 p.
12. Энциклопедический социологический словарь [Текст] / под общ. ред. Г. В. Осипова. — М. : ИСПИ РАН, 1995. — 939 с.
13. Каган, М. С. Человеческая деятельность: опыт системного анализа [Текст] / М. С. Каган. — М. : Изд-во политической литературы, 1974. — 327 с.
14. Філософський словник [Текст] / за ред. В. І. Шинкарука. — К. : [Б. в.], 1973. — 600 с.
15. Леонтьев, А. Н. Деятельность. Сознание. Личность [Текст] / А. Н. Леонтьев. — М. : Политиздат, 1975. — 304 с.
16. Немов, Р. С. Психология [Текст] : учеб. [для студ. высш. пед. учеб. завед.] / Р. С. Немов ; в 3 кн. — М. : Владос, 2000. — Кн. 1. — 688 с.
17. Юдин, Э. Г. Системный подход и принципы деятельности [Текст] / Э. Г. Юдин. — М. : Наука, 1978. — 391 с.
18. Lowery, D. Why Do Organized Interests Lobby? A Multi-Goal, Multi-Context Theory of Lobbying [Text] / David Lowery. — Universiteit Leiden, 2005. — 28 с.
19. Кумс, К. Лоббизм и его регулирование: советы британского эксперта [Текст] / К. Кумс // Бизнес и политика. — 1994. — № 1. — С. 34–39.
20. Ачкасов, В. А. Сравнительная политология [Текст] : учебн. / В. А. Ачкасов. — М. : Аспект Прес, 2011 — 400 с.
21. Васильева, С. В. Правовое регулирование лоббизма и иные механизмы продвижения частных интересов [Текст] / С. В. Васильева // Право. Журнал Высшей школы экономики. — 2009. — № 2. — С. 72–80.

*Рекомендовано до друку кафедрою теорії та філософії права
Львівського національного університету імені Івана Франка
(протокол № 10 від 10 березня 2014 року)*

Надійшла до редакції 31.07.2014

Бризицкий М. И. Лоббирование: некоторые теоретические аспекты

Осуществляется анализ социального института лоббирования через призму деятельностного подхода. Сделан вывод о том, что лоббистская деятельность как целенаправленное влияние на субъектов публичной власти имеет целью удовлетворение групповых интересов (интересов заинтересованных лиц). Ее структуру составляют субъекты лоббирования (представители), объекты лоббирования (субъекты публичной власти), действия субъектов лоббирования (влияние на объекты), средства влияния и результаты — официальные акты (как действия, так и документы). Определено, что лоббирование является одной из форм представительства групповых интересов. Выявлено природу лоббирования и определено его понятие. Под лоббированием предложено понимать целенаправленное влияние представителя групповых интересов на субъекта публичной власти с целью отражения в официальных актах интересов заинтересованных лиц. Установлено, что эффективность лоббирования в значительной степени зависит от его правового механизма.

Ключевые слова: лоббирование, лоббистская деятельность.

**Bryzitskyi, M. I. Lobbying: Theoretical Aspects**

The article analyses the social institute of lobbying activity through the activity approach. It was concluded that lobbying activity, as a purposeful impact on the subjects of public authority, aims at contentment of the group interests. Its structure consists of lobbying subjects (representatives), lobbying objects (the entity of public authority), the actions of lobbying subjects (influence), tools of influence and results that is official acts (both, documents and legal actions are taken into consideration). It was also determined that lobbying is one of the representation forms of the group interests and defined its nature and correct definition, which is the following: a purposeful influence of interested group representatives on the subject of public authority aiming at reflecting in the official acts interests of individuals. It was constituted that lobbying efficiency depends on its legal mechanism.

Keywords: lobbying, lobbying activity.

