

КЛАСИФІКАЦІЯ ЛОБІЗМУ, ЙОГО ВИДИ

Лобізм як особлива система і практика реалізації інтересів окремих організацій та різноманітних груп громадськості шляхом цілеспрямованого впливу на законодавчі та виконавчі органи державної влади став невід'ємною складовою політичного процесу демократичного суспільства. За своєю глибинною сутністю лобіювання забезпечує гласність політичного процесу, робить його передбачуваним, збільшує коло учасників політичного життя та обмежує все-силия апарату державної влади. Тому вивчення інституту лобізму та його класифікація, безумовно, мають велике теоретичне та практичне значення.

Поза межами будь-якого обраного способу класифікації видів та типів лобізму суб'єкти відповідної діяльності виступають як об'єктивна реальність, існування якої зафіксовано багатьма дослідниками політичної науки (Е. В. Зверев, Н. Г. Зяблюк, Н. Б. Іванов, В. А. Лепехін, А. П. Любимов, С. Г. Перегудов) і яка складається з:

- специфічної мотиваційної спрямованості;
- психології відповідної діяльності;
- пошукового, новаторського поведіння;
- результату взаємодії пізнавальних, мотиваційних, емоційних та комунікативних процесів.

Однією з найбільш змістовних є класифікація групових видів лобізму, розробниками якої виступають російські політологи С. Г. Перегудов та К. В. Семенов і яка має такий вигляд:

- політизований (бізнес-групи та їх політичні представники, які використовують політичний вплив через участь у виборах та прямо залучені у відповідну боротьбу);
- соціальний (представники аграрного сектора, профспілки, жіночі, молодіжні та екологічні організації, які захищають інтереси власних соціальних груп);
- корпоративний (галузеві комплекси, промислові та фінансові корпорації, які намагаються отримати різноманітні пільги та привілеї для власної фінансово-економічної діяльності) [1, 28–42; 2, 74–86].

Найбільш рельєфно класифікація видів лобізму та відповідної діяльності проявляється у способах та методах впливу на законодавчі органи державної влади. Виходячи з цього, конкретний аналіз типів суб'єктів лобістської діяльності доцільно проводити на основі провідних факторів законодавчої діяльності парламенту.

Основними та найвпливовішими суб'єктами лобістської діяльності в парламенті в першу чергу виступають найбільш потужні й впливові державні, цивільні інститути та промислово-фінансові корпорації, до яких належать:

- президент країни та його адміністрація;
- уряд, силові структури, міністерства, відомства, комітети;

- одно- або двопалатний парламент;
- судові інстанції (федеральні, апеляційні, окружні, регіональні);
- банкові установи, промислові корпорації, різнопланові фонди;
- регіони, штати, провінції, кантони, графства тощо;
- галузеві та промислові об'єднання (ВПК, АПК, космічна промисловість, виробники алкоголю й тютюну, транспортники, зв'язківці тощо);
- політичні партії, громадські організації, профспілки;
- церква, релігійні організації, закордонні секти;
- іноземні держави й фірми [3, 64; 4, 415–416; 5, 26–34].

У будь-якій країні сучасного світу президентський (прем'єр-міністрський) лобізм є найбільш представницьким, розгалуженим та існує як розвинутий потужний інститут відстоювання та просування інтересів вищої посадової особи країни в парламенті. Його життєздатність та відповідна ефективність породжені насамперед особливостями існування та функціонування політичних систем західних країн демократичного типу.

Законодавча база, яка регулює різні аспекти вищезазначеного типу лобістської діяльності, існує лише в тих країнах, де до лобізму та його складових чинників ставляться як до звичайних атрибутів існування демократичного суспільства. Так, в 1995 р. конгрес США прийняв новий закон про розкриття лобістської діяльності, який поширював свою дію не лише на конгресменів, а й на самого президента країни. Головним ідеологом та ідейним натхненником цього законопроекту був президент США Білл Клінтон.

На шляху до повної (часткової) реалізації суспільно-політичних та фінансово-економічних інтересів високопосадових лобістів знаходяться багато різнопланових як реальних, так і віртуальних (моральних) перешкод, ефективно подолання яких залежить від дії таких факторів й чинників існування сучасного світу, а саме:

- від працездатності й досвіду;
- від характеристик загального стану відносин президента (прем'єр-міністра) з парламентом;
- від ролі, що президент (прем'єр-міністр) відводить власному лобістському апарату;
- від повноважень, відданих президентом (прем'єр-міністром) власній команді (адміністрації, секретаріату тощо).

Виступаючи як єдине ціле, лобістська діяльність адміністрації президента й апарату уряду через дію ряду суспільно-політичних обставин (боротьба за владу, суперництво апаратів, існування різних точок зору на ті чи інші ситуації тощо) мають окремі, а в ряді випадків й досить істотні розходження. Саме тому об'єктивно буде говорити не про єдиного суб'єкта лобістської діяльності в особі адміністрації президента й урядового апарату, а як про два окремих суб'єкти відповідної діяльності, що лобіюють свої особливі (специфічні) інтереси в парламенті окремо взятої країни.

У ряді окремих випадків для просування своїх власних корпоративних інтересів, всупереч існуючим як офіційним, так і неофіційним правилам відповід-

ної гри, силові структури, окремі міністерства, організації та відомства здійснюють самостійну лобістську діяльність у парламенті. Наприклад, лобізм верхньої палати парламенту Великобританії виступає за своїм рівнем і значущістю як самостійний суб'єкт лобістської діяльності в нижній палаті законодавчого органу. Необхідність здійснювати власну лобістську діяльність сенатом та реалізацію конкретних своїх інтересів на законодавчому рівні закладена й в Конституції США, в якій зазначається, що вищий законодавчий орган країни формується із представників штатів і що закони обов'язково повинні бути розглянуті і в палаті представників США.

Таким чином, у конституції США вже досить довгий час існують юридично визначені передумови необхідності проведення лобіювання парламентської діяльності палати представників сенатом США, оскільки його члени досить зацікавлені в просуванні інтересів штатів, які вони представляють [6, 40].

Дослідження різноманітних аспектів лобістської діяльності в законодавчих органах провідних країн світу вказує дослідникам політичної науки на той факт, що як самостійний суб'єкт лобізму найчастіше виступає й таке специфічне утворення, як команда центрального бюрократичного апарату, що відстоює свої особливі інституціональні інтереси та потреби чиновницького класу.

Поряд з президентськими, урядовими та парламентськими структурами та апаратом федеральних (регіональних) органів влади суб'єктами лобістської діяльності є адміністративно-територіальні утворення різних країн, такі як штати, провінції, кантони, мегаполіси, міста, етнічні групи тощо, які в своєму значенні утворюють так званий регіональний лобізм.

Єдиними повноцінними суб'єктами лобізму є фінансово-промислові групи (ФПГ), що використовують всі вищепераховані суспільно-політичні та економічні умови для задоволення власних інтересів та досягнення конкретних цілей у своїй діяльності. В більшості випадків груповий інтерес ФПГ позначається на економічних аспектах своєї діяльності, таких як:

- боротьба за владу;
- боротьба за податкові пільги;
- боротьба за «шматок» бюджетного пирога.

За оцінками спеціалістів, поряд з фінансово-промисловими групами діють й інші великі економічні угруповання, які за допомогою власної лобістської діяльності відстоюють інтереси конкретних галузевих комплексів. Типовим прикладом відстоювання таких інтересів є існування реальних коаліції громадян і бізнесу, які поєднують свої інтереси для підтримки або проти конкретної ініціативи. Свого часу деяких аспектів економічної політики відомої у світі компанії «Кока-Кола» торкнулася урядова постанова щодо використання нею одного з інгредієнтів у виробленні своєї продукції. Для уникнення збитків вона заснувала тимчасову ситуаційну коаліцію з всесвітньою асоціацією діабетиків і домоглася таким чином скасування постанови, виставивши на перший план не свої власні інтереси, а серйозної побоювання своїх споживачів.

Згідно з оцінкою ряду провідних фахівців, галузевий лобізм існує й найбільш

яскраво проявляє свої властивості саме в суспільно-політичному просторі США. Наприклад, в другій половині 2001 р. розгорівся скандал, пов'язаний зі спробами адміністрації президента Дж. Буша шляхом проведення силового тиску обмежити імпорتنі поставки сталі до своєї країни. Однак ця спроба впливати на ринок в односторонньому порядку викликала вкрай різку негативну реакцію в торговельних партнерів США та спричинила відповідний тиск на урядові кола американськими споживачами сталі, які були явно не зацікавлені в скороченні імпорту й підвищенні цін на відповідну сировину [7].

Свій особливий внесок в лобістський процес як у складову частину парламентської діяльності демократичних країн сучасного світу вносять лобісти політичних партій, громадських організацій, рухів та профспілок.

Численні суспільні об'єднання й дрібні політичні партії, які представлені на світовому політичному просторі, активно займаються власною лобістською діяльністю. Як правило, такі групи інтересів опираються на розгалужену мережу добровільних організацій, а їхні лобістські можливості є досить обмеженими й найчастіше характеризуються особистим авторитетом лідерів. За своїм впливом і ресурсами у порівнянні з наявними можливостями галузевих та регіональних лобістських угруповань вони не мають прямого виходу на владні кола своєї країни.

Одним із самих впливових лобістських масових угруповань у політичній діяльності провідних країн сучасного світу є профспілкові організації. Масовість цих об'єднань, широко розгалужена мережа регіональних відділень та організованість дій робить їх впливовою соціально-політичною силою. Політична вага профспілок багато в чому визначається процентним співвідношенням числа членів профспілки й всіх найманих робітників. Воно складається під впливом історичних, національних, економічних, культурних факторів і помітно варіюється залежно від конкретної країни, а саме:

- у Франції — 9% найманих робітників;
- у США — 17%;
- у Великобританії — 38%;
- у ФРН — 39%;
- у Швеції — 90% [8, 232].

Крім профспілок, є певна кількість великих суспільних об'єднань, які представляють потужну лобістську силу, включаючи до свого складу:

- молодіжні товариства;
- спілки жінок;
- асоціації обманутих вкладників;
- груп населення, які залежать від державного бюджету;
- екологічні організації;
- благодійні фонди;
- просвітницькі організації;
- товариства інвалідів;
- спортивні асоціації.

Одним із найспецифічніших типів лобізму є відповідна діяльність релігій-

них конфесій. Незважаючи на той факт, що в уставах та інших документах релігійних конфесій, які регулюють різнопланові види їх діяльності, забороняється поєднувати служіння Богу з політикою, представники даного суспільного інституту ведуть активну, приховану, а в деяких країнах досить ефективну лобістську діяльність й відстоюють власні інтереси.

Найбільша активність конфесійного лобізму проявляється в США з боку протестантської, католицької, іудейської й мусульманської релігій. А показова позиція католицької церкви на політичні події, що відбуваються у світі, фактично засудила розширення НАТО на Схід, заявивши, що Східна Європа повинна зберегти свою своєрідність і не бути космополітичною «тінню» НАТО. В своїх публічних промовах та виступах глава Ватикану Іоанн Павло II засудив повітряні бомбардування Югославії підрозділами північноамериканського військового альянсу.

Як однією із складових частин лобістської діяльності виступає й іноземний лобізм. Лобісти, які працюють на користь іноземних держав, органічно доповнюють законну дипломатію, діючи в статусі місцевих радників іноземних урядових кіл. Таким чином лобісти виконують багато видів різних завдань, які через протокольні або інші міркування не можуть брати на себе офіційні дипломати.

До іноземних суб'єктів лобістської діяльності належать:

- закордонні уряди країн;
- закордонні політичні партії;
- релігійні конфесії;
- товариства, асоціації, корпорації й інші об'єднання осіб, створені за законами закордонних країн.

Іноземний лобізм задовольняє інтереси та виконує різнопланові замовлення держав та їхніх політичних організацій, які домагаються від іншої держави якої-небудь допомоги або прагнуть впливати на політику цієї країни на свою користь. За обсягом лобістської діяльності представництво саме цих інтересів на даний час є домінуючим в іноземному лобізмі.

У 80-х рр. XX ст. найпотужнішим іноземним лобі на території США вважалася відповідна діяльність ізраїльських і японських груп інтересів. Ситуація змінилася в 1990-х рр., коли на політичну сцену вийшли:

- лобі в особі ЄС;
- республіки колишнього СРСР, які почали наймати своїх лобістських представників;
- лобі в особі КНР.

Керівництво Національної асоціації лобістів (НАЛ) на початку XXI ст. дало характеристику лобіюванню інтересів Росії у проведенні міжнародної все-світньої виставки «ЕКСПО-2010» з позицій країн-конкурентів, яка полягала в існуванні таких суспільно-політичних чинників:

- Китай має сильне прокитайське лобі в Конгресі США;
- США є однією із провідних країн світової виставкової індустрії;
- Польща є країною, близькою до НАТО;

– Мексика, Аргентина й Корея також виступають як активні гравці у відповідній лобістській діяльності;
– на підготовчу роботу до проведення тендера у всіх вищеперерахованих країнах виділені величезні кошти (бюджетні, позабюджетні);
– наявний досвід та правильність виробленої стратегії лобіювання;
– лобізм виступає як продовження конкуренції бізнесу, перенесеної в коридори влади.

Виходячи з вищезазначених фактів, можна зробити висновок, що організації, які займаються лобістською діяльністю, можна розділити на три об'єднуючі категорії, а саме:

- перша категорія (найбільш потужна) — адміністрація президента (прем'єр-міністра), урядові бюрократичні структури, регіональна влада;
- друга категорія (найбільш численна) — корпоративні групи, які представляють найважливіші сфери життєдіяльності суспільства;
- третя категорія (офіційно оформлена) — організації, основним родом діяльності яких є безпосередній лобізм.

Література

1. Перегудов С. П., Семенов І. В. Лоббизм в политической системе России // МЭМО. — 1996. — № 9.
2. Перегудов С. П. Корпоративный капитал и институты власти: кто в доме хозяин? // ПОЛИС. — 2002. — № 5.
3. Ивапов П. В. Лоббизм в политической культуре США // Власть. — 1995. — № 4.
4. Политическая психология / Под общ. ред. А. А. Деркача, В. И. Жукова, Л. С. Лаптева. — М., 2000.
5. Васильев Т. В. Лоббизм как форма политической деятельности: природа, функции, современные виды // Вестник Московского университета. Сер. 12. Полит. науки. — 2004. — № 4.
6. Шуровский М. В. Законодательное регулирование лоббистской деятельности в органах представительной власти: опыт США // Бизнес и политика. — 1995. — № 3.
7. Гонтмахер А. П. Лоббизм без границ: в борьбе за рынок стали США сменили тактику, но не стратегию // ПОЛИТ. РУ: Информ.-полит. капал. — 2001. — 28 нояб. (электронная версия).
8. Мухасев Р. Т. Политология: Учеб. для студ. юрид. и гуманит. ф-тов. — М.: ПРИОР, 2000.

УДК 34:008

І. І. Поляков

РОЛЬ ПРАВОВОЇ КУЛЬТУРИ У ФОРМУВАННІ ПРАВОВОЇ, СОЦІАЛЬНОЇ ДЕРЖАВИ

Незважаючи на позитивні тенденції зростання політичної активності населення, інтересу до демократичних перетворень, гуманітарних цінностей, до права і його ролі в процесі реформування суспільства, поки що рівень правової культури нашого народу залишається незадовільним, не відповідає вимогам сучасних демократичних перетворень.