

Д. А. Лавренов

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПІДХОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПОЛІТИЧНОГО ЛОБІЗМУ

У статті аналізуються основні підходи до розуміння політичного лобізму. Здійснено порівняння концепцій лобізму. Розкрито роль лобізму у функціонуванні політичної системи.

Ключові слова: лобізм, лобіювання, лобістська організація, група тиску, громадське об'єднання.

Нинішній етап розвитку українського суспільства характеризується становленням цілої низки суспільно-політичних інститутів, реорганізацією органів виконавчої влади. Змінився соціальний та економічний стан в Україні: в країні склалась ринкова економіка (вказаний статус економічної системи визнано міжнародними інституціями), фактично відбувся перехід до ринкового суспільства в стадії початкового накопичення капіталу, що передбачає появу власників, які володіють не тільки значними фінансовими активами, а і розгорнутою мережею засобів масової інформації та намагаються впливати на органи державної влади. Так само в постійному розвитку знаходяться суспільні інститути в Україні, завдяки наявності політичного та ідеологічного плюралізму йде процес становлення громадянського суспільства, яке через притаманні йому важелі намагається здійснювати вплив на ситуацію в країні. Вищезазначене обумовлює поширення в суспільстві діяльності цілої низки лобістських структур (від некомерційних громадських об'єднань до великих фінансово-промислових груп), що намагаються впливати на органи державної влади та місцевого самоврядування в Україні (від районних та міських рад до Верховної Ради України та Кабінету Міністрів України). Важко не погодитись в цьому контексті з думкою вітчизняного соціолога та філософа В. Ф. Жмири про те, що: «у нас становиться, попри все, громадянське суспільство. Громадянське суспільство саме становиться, стається з окремих своїх складових інституцій; і лобі, на мою думку, є однією з них, як протипага законодавчій та виконавчій владі» (Zhmir 2002, р. 143) [7, с. 143]. У той же час вплив на органи державної влади може здійснюватись як з вузькокорпоративною, корисливою метою на шкоду інтересам всього суспільства, що часто має місце у сучасних вітчизняних реаліях. В зв'язку із зазначеним справедливим є те, що на сьогодні в Україні відстоювання групових інтересів носить неупорядкований характер.

Отже, лобізм як політичне явище є важливим чинником існування демократії. Це специфічний інститут в політичній системі для впливу на процес ухвалення рішення рішень органами державної влади. Інститут лобізму може виконувати функцію узгодження суспільних інтересів, доповнювати собою конституційну систему демократичного управління. Він є невід'ємною складовою політичного процесу в демократичному суспільстві.

Лобізм як політичне явище потребує посиленої уваги, він є об'єктом політологічного дослідження. Та не дивлячись на наявність численних політологічних досліджень лобізму, досі немає одностайності щодо його тлумачення.

У першу чергу, треба визначитись з тим, що ми розуміємо під термінами «лобізм», «лобіювати», «лобіст».

Так, окремі вчені, зокрема, Т. П. Агафонова, пропонують умовно розділити понятійний апарат, що відноситься до лобістської діяльності на дві групи.

До першої групи слід віднести поняття, пов'язані з професійними лобістами та лобістською діяльністю, до другої групи – поняття, що відносяться до непрофесійних лобістів (Agafonova 2011, р. 38) [2, с. 38]. Вказана позиція має свої аргументи, наприклад, характеризуючи організаційні форми та види лобістської діяльності слід розрізняти професійних лобістів від тих, для кого лобістські контакти не є основою професійної діяльності. З іншого боку, слід відзначити, що сутність лобістських відносин – це здійснення впливу на органи державної влади з метою прийняття певних управлінських рішень не буде залежати від того, хто здійснює зазначений вплив – професійний лобіст, або інша зацікавлена особа. Як слушно зауважив з цього приводу М. Г. Зяблюк, характеризуючи лобістську діяльність в США: «Не має особливого сенсу дискутувати про те, чи є сенс називати президента корпорації лобістом, оскільки він був «лобістом на годину». Можливо не варто так називати, але, якщо президент «здійснив тиск», то те по суті це саме, що й «виступив в ролі лобіста» (Zjabljuk 2002, р. 17) [6, с. 17].

Сам термін «лобі» (lobby – англ.) має англломовне походження, хоча в англійську мову він прийшов з середньовічної латини. Вказане слово використовувалось для визначення проходів або критих галерей у монастирях. Згодом (приблизно з XVII ст.) в Англії словом «лобі» стали називати приміщення для прогулянок у палаті громад парламенту. На думку О. С. Автономова, перехід суцільно церковного терміну у світську лексику пов'язано з тим, що з часу формування англійського парламенту його збори проводились не регулярно, в різних помешканнях, а часом і в різних містах (Avtonomov 2004, р. 6) [1, с. 6]. У середні віки було звичною справою проводити багато світських заходів та урочистостей саме в приміщенні церкви. 1640 р. можна вважати історично першою датою «ополітизації» терміну «лобі», оскільки саме з цією датою пов'язані згадки про найменування даним терміном приміщень довкола залів засідань Палати громад англійського парламенту (Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English, 2012) [22, р. 376]. Відмінною особливістю архітектурних кулуарів, які називалися «лобі» у ті часи, було те, що саме тут британським депутатам дозволялось зустрічатися з усіма зацікавленими у законодавчій діяльності громадянами, яким заборонявся доступ до пленарних засідань Палати громад. Саме у «лобі» уповноважені від різноманітних груп інтересів чекали на депутатів для того, щоб обговорити з ними окремі питання законодавчого характеру та силою переконання чи іншими методами вплинути на результат подальшого голосування у парламенті.

Отже, слово «лобі» походить з Великої Британії та пов'язано з місцем розташування її парламенту. Якщо звернутись до англо-російського словника, то там слово «lobby» має таке значення: «1. Вестибюль, приймальня, фойє; парламентські кулуари; мітинг перед будівлею парламенту (з поданням петиції). 2. Намагатись

вплинути на членів парламенту чи конгресу, «обробляти» їх» (English-Russian, Russian-English dictionary: modern edition: 220,000 words, 2012) [3, с. 461]. Сам переклад терміну вказує на його функціональну (соціально-політичну) ознаку – здійснювати вплив на членів парламенту. Згідно з Політичним словником, «лобі, лобісти – це система контор та агенцій крупних монополій або організованих груп при законодавчих органах США, що здійснюють вплив (аж до підкупу) на законодавців і державних чиновників, з метою прийняття рішень (певних законопроектів, отримання урядових замовлень субсидій) на користь організацій, які вони презентують; лобі називаються і агенти цих контор і агенцій (інакше – лобісти)» (Balackij 2006, р. 189) [4, с. 189]. Оскільки діяльність лобістів часом здійснюється на межі дозволеного, мають місце випадки, коли лобісти здійснюють не тільки роз'яснювальну роботу, а і підкуп депутатів (Tolmacheva 2012, р. 311) [15, с. 311]. Вказане трактування лобізму є слушним, адже практиці лобізму знайомі випадки корупційних скандалів.

З наведеного нами переліку трактувань терміну «лобі» та «лобісти» логічно випливає його функціональний зміст – здійснювати, чинити тиск на представників органів державної влади (чиновників, депутатів) з метою прийняття рішень в інтересах певних осіб або груп. Подібним чином дається визначення терміну Б. Д. Чашихінім. Так, лобі та лобізм визначено як систему та практику реалізації інтересів різних груп (союзів та об'єднань) громадян шляхом організованого впливу на законодавчу та адміністративну діяльність державних органів (Chashihin 2012, р. 262) [17, с. 262]. Вказаний підхід до розуміння терміну «лобізм» відображає політико-соціальний аспект вказаного явища і робить зазначене поняття досить широким, й, водночас слушним, оскільки процес лобіювання є багатограним явищем.

В. Ф. Нестерович, характеризує явище лобізму, слушно зазначається, що «лобізм сам по собі – це висококваліфікована діяльність, яка має політичний сенс та правове обґрунтування і є інтегральним елементом демократичної правової системи» (Nesterovich 2010, р. 652) [12, с. 652]. Визначення лобізму як інтегрального елементу демократичної правової системи дає зрозуміти його політичну складову. Отже, лобізм – це специфічний складовий елемент політичної системи, що спирається на невід'ємне конституційне право громадян брати участь в управлінні державними справами. Проте, чи має вказане право громадян якісь обмеження? В даному випадку слушною є думка Н. А. Піменова, який стверджує, що лобізм – «це специфічний інститут політичної системи, за допомогою якого різні громадські та комерційні організації впливають на процес прийняття державних рішень в межах конституційних повноважень громадян брати участь в управлінні державою, передбачених Конституцією» (Pimenov 2012, р. 34) [13, с. 34]. Отже, лобізм – це особливе явище у демократичній правовій державі, яке полягає у конституційному праві громадян в межах, передбачених діючим законодавством, брати участь в управлінні державними справами шляхом впливу на органи державної влади.

Вказаний вплив здійснюють як окремі громадяни, так і їх об'єднання, зокрема, так звані «групи інтересів», або «групи впливу». Під «групою впливу» слід розуміти об'єднання людей, що мають спільні економічні, соціальні, професійні та інші інтереси, які спеціально об'єдналися з метою відстоювання зазначених спільних

інтересів шляхом здійснення впливу на органи державної влади. Зокрема, подібне визначення «груп впливу» давали радянські політологи, характеризуючи лобістські відносини в США: «організації підприємців, робітників, фермерів, різні професійні об'єднання, релігійні, жіночі та інші громадські об'єднання, що відстоюють свої інтереси шляхом впливу на різні ланки державного апарату, тобто виступаючи як групи впливу» (Kalenskij 1969, р. 37) [8, с. 37]. При цьому тиск можуть здійснювати не тільки «групи впливу», але і спеціально найняті ними лобісти. Зокрема, подібне визначення «груп впливу» дає американський словник політичних термінів – «група впливу – це організація, яка захищає певні матеріальні, духовні або інші інтереси, користуючись платними агентами або лобістами, найнятими для дії на законодавців та посадових осіб, підтримки кандидатів, висунутих політичними партіями, або систематичним проведенням просвітницьких або пропагандистських компаній серед широкої громадськості» (Dictionary of American Politics, 1966) [19, с. 302].

Отже, ми чітко визначились з тим, що лобіювання здійснюється з метою захисту певних громадських, суспільних, відомчих або приватно-бізнесових інтересів. При цьому вказаний процес лобістського впливу може здійснюватись як самими носіями інтересів – «групами впливу», або «групами інтересів», так і спеціально найнятими для цієї мети суб'єктами – професійними лобістами. Як зауважив з цього приводу М. Г. Зяблюк: «... зацікавлена група, ставши групою тиску, може бути одночасно власно лобістом, якщо здійснює тиск сама, проте може і не бути ним, якщо функції здійснення передані іншим групам. Таким чином, вибудовується наступний ланцюг: зацікавлена група – група впливу – лобістська організація» (Zjabljuk 2002, р. 22) [6, с. 22].

На думку британського експерта К. Кумса, в західній літературі найчастіше вживаються два визначення лобізму. Перше: лобізм – це реалізація права кожного громадянина звертатись з клопотанням до свого уряду. Друге: лобізм – це професійна діяльність співробітників або спеціальних консультантів, найнятих компаніями, діловими та професійними асоціаціями, профспілками та іншими групами для представлення інтересів цих організацій в процесі формування державної політики (Kums 1994, р. 34) [10, с. 34]. Інше тлумачення терміну «лобізм» дає один з американських словників юридичних термінів: «лобісти – це люди, які займаються бізнесом (отже, лобізм – це вид бізнесу) та переконуючі законодавців ухвалювати закони, що є бажаними, і відхиляти ті з них, які не є бажаними. Такі люди діють в інтересах своїх клієнтів» (Law Dictionary, 2001) [21, с. 282].

У своєму дослідженні П. А. Толстих використав наступне узагальнення практики використання терміну «лобіст», яке було зроблено службою «Конгрешнел куотерлі»: «термін «лобіст» має, щонайменше, три значення: по-перше, в самому широкому сенсі він вживається рівнозначно з терміном «група впливу»; по-друге, у певному вузькому сенсі лобістом вважається будь-яка особа, що здійснює – як правило, за винагороду – вплив на законодавчий процес на користь іншої особи або групи шляхом прямого звернення до членів конгресу; нарешті, в ще більш вузькому сенсі лобістом може іменуватись той, хто зареєструвався в цій якості згідно закону» (Tolstyh 2013, р. 178) [16, с. 178]. Вказаний перелік визначень терміну «лобіст» враховує кілька аспектів цього політичного явища: соціально-політичний, оскільки

ототожнює лобіста з групою впливу, отже прямо вказує на причину лобіювання – наявність певних інтересів, а також функціональне значення лобізму – здійснення впливу; професійно-функціональний, оскільки мова йде саме про конкретну особу, яка за винагороду, тобто професійно здійснює вплив на прийняття державних рішень; формально-юридичний підхід, що має сенс в країнах, де явище лобізму легалізовано через наявність спеціальної реєстрації.

Важко не погодитись з думкою Я. В. Коженко, яка дає таке визначення зазначеного терміну: «лобізм» – це діяльність громадян, груп громадян, організацій та інших суб'єктів праввідносин по відстоюванню інтересів (Kozhenko 2010, 37) [9, с. 37].

Інші дослідники лобізму акцентують увагу на конкретних функціях та методах вказаного суспільно-політичного інституту, зокрема на його комунікативній функції. Так, Тихомирова Є. Б. доводить, що лобіювання є специфічним видом «паблік рілейшенз» і пов'язано з комунікаціями різноманітних соціальних груп та організацій з представниками влади для захисту своїх інтересів під час прийняття тих або інших рішень органами державної влади та управління (Тихомирова 2002, р. 121) [14, с. 121]. При цьому, Тихомирова Є. Б. цитує Лестера Милбрайта: «Всі володарі формулюють рішення на підставі того, що привернуло їх увагу, а не того, що є об'єктивним або реальним. Отже, єдиним шляхом вплинути на рішення – це вплинути на сприйняття тих, хто їх приймає. Тому комунікація, є можливо єдиним засобом змінити сприйняття або вплинути на нього: процес лобіювання є повністю комунікаційним процесом» (Тихомирова 2002, р. 120) [14, с. 120]. Зауважимо, що вказане визначення лобізму фактично збігається з розумінням даного явища у соціально-політичному сенсі, тобто як процесу захисту представниками різних соціальних груп («груп впливу») своїх інтересів шляхом впливу на державні органи під час прийняття конкретних рішень. Втім, вказаний комунікаційний підхід характеризує механізм відкритого, некорупційного лобіювання – направлення уваги представників державної влади на наявність проблеми та надання пропозицій щодо їх вирішення.

Характеризуючи лобістську діяльність, не можна залишати поза увагою наявність двох основних підходів до проблеми лобізму – теорію лобістського плюралізму (плюралістичний тип представництва інтересів) та теорію лобістського корпоративізму (корпоративістський тип представництва інтересів) (Levi 2009, р. 39) [11, с. 39]. Більшість дослідників лобізму стоїть на позиціях розгляду вказаного суспільно-політичного явища саме як плюралістичного типу представництва інтересів. Так, процес лобіювання визначається як постійний вплив конкуруючих груп інтересів на державні органи з метою донесення до владних структур своїх пропозицій з певних аспектів регулювання життя суспільства. При цьому вказана діяльність має метою досягнути позитивного результату для груп впливу. Представники, так званої, «теорії груп», зокрема А. Бентлі та Д. Труман, незважаючи на розходження в певних аспектах, солідарні в тому, що роль організованих груп інтересів зводиться до своєрідного буферу обміну між політичними інститутами та інститутами громадянського суспільства (Bentley 1949, р. 58) [18, с. 58]. При цьому, впливовість груп інтересів залежить від їх здатності ухвалювати результативні рішення на всіх рівнях суспільства, від національного до локального (Truman 1971, р. 78) [24, с. 78].

Звичайно, кожна з груп впливу намагається донести до владних органів свої пропозиції та має на меті сприяти власним корпоративним інтересам, проте держава, що є сувереном, гарантує рівні можливості для груп впливу та приймає рішення, виходячи з аналізу всіх можливих варіантів, запропонованих лобістами. Вказані групи інтересів складаються спонтанно; є багаточисельними та конкурують поміж собою; не об'єднані в яку-небудь ієрархічну систему; є незалежними від держави; жодна з груп впливу не має монополії в певній сфері інтересів; досягнення мети є результатом їх конкурентної боротьби. Отже, лобізм визначається як притаманний відкритому суспільству процес захисту інтересів, що відбувається шляхом конкурентного впливу на владні структури з боку зацікавлених груп, жодна з яких не посідає монопольного становища.

Теорія лобістського корпоративізму є повною протиположною вищезазначеній теорії лобістського плюралізму. Вказану теорію обґрунтовували західні вчені С. Рокан, Ф. Шмітер, Г. Лембрух. Ось яким чином характеризував в 1974 році явище корпоративістського представництва інтересів Ф. Шмітер: «Неокорпоративізм є системою представництва інтересів, складові частини якої організовані в декілька особливих, примусових, неконкурентних, ієрархічно впорядкованих, функціонально різноманітних порядків, офіційно визнаних або дозволених (а інколи і просто створених) державою, яка надає їм монопольне право на представництво в своїй галузі в обмін на певний контроль за підбором і артикуляцією вимог та зобов'язань» (Schmitter 1974, р. 99) [23, с. 99]. Отже, ключовими рисами лобістського корпоративізму є наступні положення. По-перше, корпоративістські організації монопольні за своєю суттю, оскільки джерелом їх монопольного стану є держава. Держава укладає з якою-небудь групою своєрідну конвенцію (явну або таїну угоду), отримуючи в обмін на отримані групою пільги лояльність та гарантію підтримання державних інтересів. По-друге, корпоративістські організації є носіями як функцій управління, так і функцій представництва. По-третє, в теорії лобістського корпоративізму держава розглядається в якості головного інструменту виявлення інтересів та об'єднання навколо них важливих суспільних груп. Держава в таких випадках, найчастіше, сама відбирає та надає певній ідеологічно надійній групі монопольне право бути представником інтересів. Звичайно, після цього, говорити про конкуренцію не має сенсу: конкуренти або ліквідувались, або долучились до вже штучно підбраної групи. Фактично, якщо плюралістичний тип представництва інтересів передбачає собою конкурентний вплив на владні структури знизу, то корпоративістський тип лобіювання – це ієрархічно побудована державою неконкурентна система монопольних груп впливу.

Вважаємо, що лобізм зазначеного корпоративістського зразка притаманний державам з авторитарним політичним режимом, в яких тільки певні лояльні групи впливу мають можливість ефективно співпрацювати з владними структурами. Яскравим прикладом вказаної моделі лобіювання, на наш погляд, є сучасна Російська Федерація, адже в країні існують та взаємодіють з державними структурами виключно ті фінансово-промислові групи, що виявляють повну лояльність до діючої влади. В той же час фінансово-промислові групи, власники яких намагались підтримувати опозиційні політичні сили, фактично припинили своє існування

(групи «Юкос» М. Ходорковського та «Мост» В. Гусинського), або перешли у табір лояльних до влади (менеджер РАО «Єдині енергетичні системи» А. Чубайс – колишній лідер «Союзу правих сил»). Що ж до країн з тоталітарним політичним режимом, то у вказаному випадку є сенс говорити лише про окремі ознаки явища лобіювання, адже держава, що контролює всі сфери суспільного життя, не має потреби укладати які-небудь угоди з групами інтересів. Зокрема, в Радянському Союзі діяли лише відомчі та регіональні групи інтересів, які самі були частиною державного механізму, а інших зацікавлених груп в умовах тоталітарної системи та майже повністю державної економіки просто не існувало.

Слід відзначити, що деякі дослідники лобізму вважають, що корпоративістський тип лобізму притаманний не тільки авторитарним країнам. В багатьох випадках корпоративістська модель є єдиною можливою формою організації взаємовідносин суспільства і держави, яка дозволяє ухвалювати ефективні політичні рішення. Адже держава, здійснюючи свою політику, апіорі не може враховувати інтереси всіх груп тиску, а змушена взаємодіяти лише з тими соціальними партнерами, які мають реальну вагу в суспільстві та відповідні ресурси, спроможні мобілізувати та контролювати значні групи населення. Вказана теза є справді слушною, якщо звернути увагу на країни з нестабільною політичною ситуацією та слабкою політичною владою. Дійсно, ситуація, коли «слабка» влада намагається спиратись на впливові групи інтересів, нехтуючи потребами суспільства, є типовою для багатьох країн в часи криз та суспільних трансформацій. Проте, насправді вказана модель співіснування влади та соціуму не є нормальною та призводить до значного розшарування суспільства, соціального невдоволення та протестів.

Отже, здається логічним та обґрунтованим, що при дослідженні суспільно-політичного явища лобізму необхідно виходити саме з плюралістичної моделі представництва інтересів, оскільки лобіювання розглядається автором саме як невід'ємне право громадян брати участь у державному управлінні та створювати з цією метою свої об'єднання (групи інтересів). Позитивними функціями лобізму, як невід'ємного елементу громадянського суспільства, є можливість останнього через особливі важелі здійснювати вплив на владні структури, аби ті не були ізольованими від потреб народу, який є основним джерелом влади. Монополізація ж цього впливу на державні органи яко-небудь групою позбавляє лобізм притаманних йому функцій демократичного представництва суспільних інтересів та робить його механізмом задоволення вимог корпоративних груп.

Таким чином, характеризуючи суспільно-політичне явище, що досліджується, можемо впевнено констатувати широкий спектр сфер існування лобізму та наявність багатьох підходів до його визначення.

Розуміння лобіювання як процесу легального впливу на чітко визначені законом органи державної влади й органи місцевого самоврядування з боку зареєстрованих у встановленому законом порядку осіб, є занадто вузьким та характеризує не весь спектр даного суспільно-політичного явища. Тим більше, що існують і неінституційні види лобіювання. Це і лобістські кіберкоаліції (коаліції лобістів, об'єднаних за допомогою Інтернет-мережі), які діють у багатьох країнах та не реєструються відповідно до законодавства про лобіювання; і, так звані, «вбудовані лобісти», тобто державні службовці і депутати, що

здійснюють лобістський вплив, використовуючи владні повноваження; а також діяльність лобістів у країнах, де лобіювання юридично заборонено, наприклад, у Франції, де статті 23 та 79 Регламенту Національних Зборів Французької Республіки прямо забороняють подібну діяльність у парламенті, яка, втім, реально здійснюється.

Взагалі ж лобізм можна розглядати як окремий субінститут суспільно-політичного життя, який опосередковує весь спектр відносин та понять, що виникають в процесі відстоювання громадянами та їх різноманітними об'єднаннями своїх інтересів.

Лобіювання в широкому сенсі є здійсненням впливу (будь-кого) на органи державної влади та органи місцевого самоврядування. Такий вплив, як свідчить практика лобізму, здійснюється всіма методами, у тому числі і протизаконними.

Лобіювання не може здійснюватись на всі владні структури. Наприклад, Основний Закон та певні законодавчі акти чітко визначають неможливість здійснення впливу на окремі владні структури. Зокрема, згідно Конституції України «вплив на судів в будь-який спосіб забороняється». В той же час у політичному житті України мають місце неодноразові спроби здійснення лобістського впливу на судові органи, що мають ознаки корупційних (злочинних) дій.

Загалом, лобізм є демократичним суспільним механізмом, завдяки якому кожен громадянин має право захистити свої або чийсь інтереси. Вітчизняній та закордонній практиці лобіювання відомо багато прикладів, коли громадські організації, далекі від професійного лобізму, здійснювали успішний вплив на владні структури.

Що ж стосується лобіювання, то науковці мають декілька поглядів на вказану проблему. Зокрема, С. Г. Дембицький під об'єктом лобіювання розуміє законодавчі, виконавчі органи влади, їх посадових осіб, співробітників апаратів органів влади (Dembickij 2010, p. 21) [5, с. 21]. Вітчизняний політолог і соціолог Є. Тихомирова дещо звужує це поняття та визначає в якості об'єктів лобізму посадових осіб законодавчих і виконавчих органів влади, які мають можливість приймати рішення чи реально впливати на їх прийняття в інтересах корпоративних структур чи певних соціальних груп (Tihomirova 2002, p. 130) [14, с. 130]. Оскільки лобістські дії можуть здійснюватись не тільки стосовно конкретних посадовців та депутатів, а і щодо владних структур в цілому (наприклад, проведення пікетувань, направлення скарг та звернень), то звуження об'єкту лобізму лише до посадових осіб є не виправданим. Отже, вважаємо слушним визначити об'єктами лобізму як органи державної влади (як законодавчої, так і виконавчої), так і органи місцевого самоврядування, а також їх посадових осіб, щодо яких суб'єкти лобістських відносин здійснюють конкретні лобістські дії з метою вплинути на прийняття ними управлінських рішень.

До основних елементів лобізму слід віднести: суб'єктів (суб'єктів) лобіювання; об'єкт (об'єктів) лобіювання; предмет та мету лобістської діяльності; зміст лобістських відносин.

В якості додаткового елементу лобізму, який є присутнім не у кожному випадку лобістських дій, слід назвати клієнта – групу впливу, в інтересах якої лобіст здійснює свої дії.

Під суб'єктом лобіювання слід розуміти лобіста, що здійснює вплив на органи державної влади та місцевого самоврядування та їх посадових осіб, з метою спонукати

їх до прийняття певних рішень. Можна погодитись з вітчизняним науковцем О. Длугопольським, який зазначає, що для України є типовою ситуація, коли лобіст поєднує в одній особі і замовника, і виконавця (Dlugopolsky 2006, р. 45) [20, с. 45]. Проте лобісти можуть діяти і в інтересах клієнта – фізичної або юридичної особи, яка з метою захисту своїх інтересів наймає лобіста. У багатьох випадках група інтересів, вирішивши здійснити певний вплив на органи державної влади, доручає зробити це лобістам – особам чи організаціям, що спеціалізуються на вказаній діяльності. В цьому випадку група впливу стає клієнтом, а суб'єктом лобістських відносин буде лобіст (особа чи організація), що здійснює конкретні лобістські дії.

Під об'єктом лобіювання слід розуміти конкретний орган державної влади, місцевого самоврядування, посадову особу щодо яких (якої) суб'єкти лобістських відносин вчиняють лобістські дії з метою вплинути на діяльність зазначеного владного органу чи посадової особи таким чином, щоб останній прийняв рішення на користь лобістів або їх клієнтів.

Під предметом лобістських відносин слід розуміти певні інтереси лобістів або їх клієнтів, з метою захисту яких і відбувається процес лобіювання (від податкових пільг та державних замовлень, що лобіюють фінансово-промислові групи, до отримання земельної ділянки під будівництво церкви або повернення культової споруди для релігійної громади).

Метою лобіювання, що є складовою предмета лобістських відносин, слід вважати прийняття (або неприйняття) об'єктом лобіювання конкретного управлінського рішення, вчинення (або утримання від вчинення) яких-небудь дій відносно предмету лобіювання, тобто інтересів лобістів або їх клієнтів.

Зміст лобістських відносин характеризують безпосередньо взаємовідносини між суб'єктом лобіювання (лобістом) та об'єктом лобіювання (владною структурою або посадовою особою). Лобістські відносини завжди складаються з конкретних лобістських дій, які здійснюють лобісти з метою вплинути на рішення органу державної влади, та відповідної реакції об'єкту лобіювання, що може складатись із задоволення або незадоволення вимог лобістів. Звичайно лобістські дії передбачають артикуляцію лобістських вимог тим або іншим чином. Проте, з огляду на те, що практика лобіювання знає багато прикладів «непрямого лобіювання», тобто впливу на державні органи не безпосередньо з боку конкретних груп інтересів та найнятих ними лобістів, а шляхом організації виступів в засобах масової інформації, дзвінків виборців своїм депутатам, зазначена артикуляція предмету лобіювання може здійснюватись з боку осіб, що не є ані лобістами, ані їх клієнтами.

Бібліографічні посилання

1. Автономов А. С. Азбука лоббирования / А. С. Автономов. – М.: ИРИС. – 2004. – 112 с.
2. Агафонова Т. П. Государственная власть и лоббизм: проблемы и противоречия развития российского политико-правового пространства : монография / Т. П. Агафонова – М.: Юрлитинформ, 2011. – 344 с.
3. Англо-русский, русско-английский словарь: современная редакция: 220 тысяч слов / В. К. Мюллер – М.: ЛадКом, 2012. – 926 с.
4. Балацкий Е. В. Политический словарь нашего времени / Е. В. Балацкий – М.: Центр социал. прогнозирования, 2006. – 456 с.

5. Дембицкий С. Г. Институт лоббирования в системе функционального представительства групп экономических интересов / С. Г. Дембицкий // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Экономика. – 2010. – № 4. – С. 18–27

6. Зяблюк Н. Г. Лоббизм и судебная система США / Н. Г. Зяблюк - М.: Ин-т США и Канады РАН, 2002 – 59 с.

7. Жмир В.Ф. Лобі в Україні: соціальна держава і соціальна політика / В. Ф. Жмир // Філософські обрії. – 2002. – № 7. – С. 138–150

8. Каленский В. Г. Политическая наука в США / В. Г. Каленский. – М.: Юрид. лит., 1969. – 104 с.

9. Коженко Я. В. Институционально-правовая природа лоббизма в контексте современной модели государственной власти / Я. В. Коженко – Таганрог: Таганрогский гос. пед. ин-т, 2010. – 156 с.

10. Кумс К. Лоббизм и его регулирование: советы британского эксперта / К. Кумс // Бизнес и политика – 1994. – № 1. – С. 34–39

11. Леви Д. А. Современное лоббирование в Европейском Союзе: в поисках общих ценностей и точек соприкосновения / Д. А. Леви. – СПб: Сизам-принт, 2009. – 196 с.

12. Нестерович В. Ф. Конституційно-правові засади інституту лобіювання: зарубіжний досвід та перспективи для України: [монографія] / В. Ф. Нестерович ; Луган. держ. ун-т внутр. справ ім. Е. О. Дідоренка. – Луганськ : РВВ ЛДУВС ім. Е. О. Дідоренка, 2010. – 752 с.

13. Пименов Н. А. Лоббизм – диалог с властью / Н. А. Пименов // Вестник Финансового университета. 2012. № 1 – С. 73–78

14. Тихомирова Е. Б. Лоббизм как специфическая форма коммуникаций с общественностью / Е. Б. Тихомирова // Вестник МГУ. Серия 18, – 2002. – вып. № 3. – С. 113–127

15. Толмачева И. В. Лоббизм по-русски: между бизнесом и властью / И. Толмачева – М.: Коммерсантъ: Эксмо, 2012. – 384 с.

16. Толстых П. А. Политико-экономическая теория лоббизма. Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение / П. А. Толстых // Вопросы теории и практики. 2013. – № 1–2. – С. 177–189.

17. Чашихин Б. Д. Лоббизм и группы специальных интересов / Б. Д. Чашихин // Вестник Московского государственного лингвистического университета. – 2012 – С. 261–275

18. Bentley A. F. The process of government; a study of social pressures / A.F. Bentley; [new ed., with introd. by H.T. Davis]. – Evanston: Principia Press of Illinois, 1949. – 501 p.

19. Dictionary of American Politics. [edited by E. C. Smith, A. J. Zurcher]. – New York, 1966. – 434 с.

20. Dlugopolsky O. Models of Lobbying: International experience and Ukrainian specificity / O. Dlugopolsky // Journal of European Economy. – 2006. – Vol. 5. – № 1. – P. 43–52

21. Law Dictionary. – 6-th Edition / [edited by Steven H. Gifis]. – New Jersey, The State University of New Jersey, School of Law Newark, Barron's Education Series. Inc., 2011–412 p.

22. Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English. – 9-th edition / [edited by Sally Wenmeier, Phonetics Editor Michael Ashby]. – Oxford University Press, 2012. – 464 p.

23. Schmitter Ph. Still the Century of Corporatism? / Ph. Schmitter // The Review of Politics. – 1974. – Vol. 36. – P. 99.

24. Truman D. B. The governmental process; political interests and public opinion / D. B. Truman. – 2-d ed. – New York: Knopf, 1971. – 544 p.

Лавренов Д. А. Концептуальные подходы исследования политического лоббизма

В статье анализируются основные подходы к пониманию политического лоббизма. Проведено сравнение концепций лоббизма. Раскрыта роль лоббизма в функционировании политической системы.

Ключевые слова: лоббизм, лоббирование, лоббистская

организация, группа давления, общественное объединение.

Lavrenov D. A. Conceptual approaches of research the political lobbying

The article analyzes the main approaches to the understanding of political lobbying. A comparison of the concepts of lobbying. The role of lobbying in the functioning of the political system.

Keywords: lobbying, lobbying, lobbying organization, group pressure, public association.

References

Agafonova T. P., 2011. *Gosudarstvennaja vlast' i lobbizm: problemy i protivorechija razvitiia rossijskogo politiko-pravovogo prostranstva: monografija* [Government and lobbying: the problems and contradictions of the Russian political and legal space: monograph], JurLitinform publ, M.

Anglo-russkij, russko-anglijskij slovar': sovremennaja redakcija: 220 tysjach slov [English-Russian, Russian-English dictionary: modern edition: 220,000 words], 2012. LadKom, M.

Avtonomov A. S., 2004. *Azbuka lobbirovaniia* [ABCs of Lobbying], IRIS publ, M.

Balackij E. V., 2006. *Politicheskij slovar' nashego vremeni* [Political Dictionary of our time], Centr social. prognozirovaniia publ, M.

Bentley A. F., 1949. *The process of government; a study of social pressures*, Principia Press of Illinois, Evanston.

Chashhihin B. D., 2012. 'Lobbizm i gruppy special'nyh interesov' [Lobbying and Special Interest Groups], *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta* [Bulletin of the Moscow State Linguistic University], pp. 261–275

Dembickij S. G., 2010. 'Institut lobbirovaniia v sisteme funkcional'nogo predstavitel'stva grupp jekonomicheskikh interesov' [Institute of Lobbying in the functional representation of groups of economic interests], *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta*. Serija: Jekonomika [Bulletin of Moscow sovereign regional university. Series: Economics], № 4, pp. 18–27

Dlugopolsky O., 2006. 'Models of Lobbying: International experience and Ukrainian specificity', *Journal of European Economy*, Vol. 5, № 1, P. 43–52

Kalenskij V. G., 1969. *Politicheskaja nauka v SShA* [Political science in the United States], Jurid. lit. publ, M.

Kozhenko Ja. V., 2010. *Institucional'no-pravovaja priroda lobbizma v kontekste sovremennoj modeli gosudarstvennoj vlasti* [The institutional and legal nature of lobbying in the context of a modern model of state power], Taganrofskij gos. ped. in-t, Taganrog.

Kums K., 1994. 'Lobbizm i ego regulirovanie: sovety britanskogo

jeksperta' [Lobbying and regulation: British expert advice], *Biznes i politika* [Business and Politics], № 1, pp. 34–39

Law Dictionary, 2001 – 6-th Edition, edited by Steven H. Gifis, The State University of New Jersey, School of Law Newark, Barron's Education Series, New Jersey.

Levi D. A., 2009. *Sovremennoe lobbirovanie v Evropejskom Sojuze: v poiskah obshhikh cennostej i toček soprikošnovenija* [Modern Lobbying in the European Union: in search of common values and common ground], Sezam-print publ, SPb.

Nesterovich V. F., 2010. *Konstitucijno-pravovi zasadi institutu lobbirovaniia: zarubizhnij dosvid ta perspektivi dlja Ukraïni: monografija* [Constitutional and legal foundation of the institution of lobbying: international experience and prospects for Ukraine monograph], Lugan. derzh. un-t vnutr. sprav im. E. O. Didorenka [Lugansk State. Univ of Interior behalf Didorenko], RVV LDUVS im. E. O. Didorenka publ, Lugans'k.

Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English, 2012 – 9-th edition, edited by Sally Wenmeier, Phonetics Editor Michael Ashby, Oxford University Press.

Pimenov N. A., 2012. 'Lobbizm – dialog s vlast'ju' [Lobbying – a dialogue with the authorities], *Vestnik Finansovogo universiteta* [Journal of Financial University], № 1, pp. 73–78

Schmitter Ph., 1974. 'Still the Century of Corporatism?', *The Review of Politics*, Vol. 36, P. 99.

Tihomirova E. B., 2002. 'Lobbizm kak specificheskaja forma kommunikacij s obshhestvennost'ju' [Lobbying as a specific form of communication with the public], *Vestnik MGU*. Serija 18, vip. № 3, pp. 113–127

Tolmacheva I. V., 2012. 'Lobbizm po-russki: mezhdubiznesom i vlast'ju' [Lobbying in Russian: between business and government], *Kommersant*: Jeksmo publ, M.

Tolstyh P. A., 2013. 'Politiko-jekonomicheskaja teorija lobbizma. Istoricheskie, filosofskie, politicheskie i juridicheskie nauki, kul'turologija i iskusstvovedenie' [The political-economic theory of lobbying. Historical, philosophical, political and legal sciences, cultural studies and art history], *Voprosy teorii i praktiki* [Theory and practice], № 1–2, pp. 177–189.

Truman D. B., 1971. *The governmental process; political interests and public opinion*, 2-d ed, Knopf, New York.

Zhmir V. F., 2002. 'Lobi v Ukraïni: social'na derzhava i social'na politika' [The lobby in Ukraine: the welfare state and social policy], *Filosofs'ki obrii* [Philosophical horizons], № 7, pp. 138–150

Zjabljuk N. G., 2002. *Lobbizm i sudebnaja sistema SShA* [Lobbying and the U.S. court system], In-t SShA i Kanady RAN, M.

Надійшла до редколегії 15.05.2013

УДК 352.07:323.172(4-191.2/4-11)

М. О. Лендъел

Ужгородський національний університет

РОЛЬ ПАРТІЙ У «НЕПОЛІТИЧНІЙ» МІСЦЕВІЙ ПОЛІТИЦІ ЧЕСЬКОЇ РЕСПУБЛІКИ

З'ясовано характер партійної системи у Чеській Республіці, а також запропоновано тезу про формування місцевих партійних систем у цій країні. Зроблено висновок, що роль політичних партій, зокрема парламентських, на рівні місцевих громад упродовж 1990–2010-х років зменшувалася, що пояснюється, насамперед, фактором малого розміру локальних спільнот.

Ключові слова: місцева політика, політична партія, партійна система, Чеська Республіка.

Чеська Республіка (далі – може бути ЧР) є прикладом країни, яка упродовж останніх двох десятиліть зуміла у ненасильницький і, більше того, у сприятливий для суспільної консолідації спосіб подолати чисельні виклики: «розлучення» із Словаччиною, вступ до Організації Північноатлантичного Договору та Європейського Союзу (далі – ЄС), модифікацію політичної системи, зокрема способу обрання президента, адміністративно-територіальну реформу, чисельні конфлікти, пов'язані із корупцією, розташуванням небезпечних, з техногенної точки зору, об'єктів, 26

інституційні конфлікти з європейськими структурами. Навіть, євроскептицизм, притаманний багатьом чеським політикам найвищого рангу, був використаний для отримання додаткових бонусів, як от певний імунітет ЧР щодо виконання Хартії основних прав ЄС. А присутність у країні найбільш потужної серед постсоціалістичних країн комуністичної партії, яка є достатньо впливовим гравцем навіть на парламентському рівні, лише засвідчує спроможність чехів нейтралізувати соціальні розколи, а, точніше, переводити їх нову якість соціальної і політичної самоорганізації. Є багато пояснень цієї