

8. Sun Tzu The Art of War [Text] / Sun Tzu. – Moscow : Military literature, 1958.

конфликтное сознание, война, идентичность.

**Васильченко О.Н.** Война как способ формирования идентичности.

Рассматривается феномен войны в качестве проявления международных отношений. Исследуется влияние упомянутой международной транзакции на формирование, развитие и консолидацию субъектной идентичности на индивидуальном, групповом и государственном уровнях. Совершается попытка выделения оперативного подхода к конфликтам и войнам в качестве крайних проявлений последних с целью достижения конструктивных результатов.

*Ключевые слова:* международные отношения, конфликт,

**Vasylychenko O.** War as a means of identity formation.

Phenomenon of war is observed hereby as a manifestation of international relations. The influence of the abovementioned international transaction on the formation, development and consolidation of a subject identity is analyzed regarding individual, group and national levels. An attempt is made to outline an operational approach to conflicts and wars as the latter's worst manifestation, in order to reach constructive ends.

*Key words:* international relations, conflict, conflict conscience, war, identity.

*Надійшла до редколегії: 05.04.14 р.*

УДК 328.184:321.7

**О. В. Віннічук**

*Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка*

## ІНСТИТУЦІЙНИЙ ДИЗАЙН ЛОБІЗМУ В УМОВАХ ДЕМОКРАТІЇ

**Охарактеризовано інституту лобізму в умовах демократії. Розкрито сутність поняття «лобізм» в різних інтерпретаціях та генезу його розвитку. Проаналізовано види, зміст лобізму та специфіку лобістської діяльності.**

*Ключові слова:* лобізм, інститут лобізму, групи інтересів, відомче лобіювання, іноземне лобіювання, інституційний дизайн лобізм.

Інститут лобізму як політичне явище є суттєвим чинником існування сучасної демократії. Виникнувши як специфічний інститут політичної системи для впливу приватних і громадських організацій на процес ухвалення рішень органами державної влади з питань внутрішньої і зовнішньої політики, інститут лобізму спроможний виконувати функцію узгодження суспільних інтересів, доповнювати собою конституційну систему демократичного управління. При цьому вплив на членів органів влади може здійснюватися як публічними заходами (формування громадської думки), так і не публічними (підкупом). Оскільки лобізм виникає там, де є органи, які здатні ухвалювати певні рішення, то навколо цих органів можуть бути ті, хто зацікавлений вплинути на прийняття рішень. Отже, лобістська діяльність як важливий елемент сучасної демократії може являти собою як сукупність позитивних впливів на політику, так і низку потенційних загроз.

Актуальність даного дослідження зумовлена новими політичними тенденціями, які склалися в сучасному світі. Поняття явища від процесу лобізму часто сприймається в негативному світлі. На нашу думку, це можна пов'язати з недостатньою вивченістю такого явища, як лобізм у вітчизняній політичній науці.

У вітчизняній науковій літературі тематику лобізму розробляють з середини 90-х років ХХ ст. Науковий інтерес до цієї проблеми з кожним роком неухильно зростає. Окремим аспектам лобістської діяльності присвячені роботи таких вітчизняних авторів, як В. Биковець, Ю. Ганжуров, О. Голіченко, О. Гросфельд, Т. Гузенкова, Р. Мацкевич, О. Одінцева, С. Светова, В. Сергеев, Є. Тихомирова, В. Цвих та ін.

Незважаючи на наукове і практичне значення дослідницьких розробок, у сучасній науці не вироблена теоретична концепція лобізму, що стане підґрунтям для законодавчого врегулювання даного інституту.

Основним завданням роботи є розкриття сутності та особливостей формування інституту лобізму в умовах демократії.

Слово «лобізм» походить з латині. Давні римляни так називали проходи, криті галереї в монастирях, а з XVI століття так почали називати вестибюль і коридори

в приміщенні Палати громад Парламенту Великої Британії, призначених для відпочинку. Номінально явище сформувалося в ХІХ ст., з тих часів як у Великій Британії і США представники різних зацікавлених груп більшості часу проводили в кулуарах залів засідань законодавчих органів, сподіваючись поспілкуватися з законодавцями, аби вплинути на процес голосування в парламенті [8]. Лобізм, як система впливу на членів законодавчого органу або чиновників державних установ з метою досягти ухвалення або неухвалення ними того чи іншого законопроекту або постанови, отримав свою назву саме від англійського слова «Lobby», що свій особливий політичний відтінок дістало у США приблизно з середини минулого століття у вигляді його похідних – лобізм, лобіювання, лобіст. Вважають, що традиція лобізму як специфічного політичного явища сягає своїм корінням у часи президентства Уліса Сімпсона Гранта (1869-1877 рр.) – уславленого генерала періоду громадянської війни у Сполучених Штатах 1861-1865 рр. Вечорами цей президент зі своєю «командою» мав звичку відпочивати після напруженого робочого дня у вестибюлі одного з готелів. Там його міністри, а також сенатори зустрічалися з різними людьми, вислуховували їх прохання та давали обіцянки виконати їх [10, с. 143].

Явище політичного життя, яке ми тепер називаємо лобізмом, було описане багатьма дослідниками. Наприклад, Т. Гоббс та Ж.-Ж. Руссо звертали увагу на вплив на прийняття політичних рішень з боку приватних інтересів і розглядали це явище негативно. Вперше у політології проблему лобізму розглянув американський політолог А. Бенлі в роботі «Процес управління. Вивчення суспільних тисків». Він багато в чому випередив Й. Шумпетера, який вважав, що основною рисою демократії є конкуренція політичних еліт. А. Бенлі підкреслював, що власне завдяки посередництву груп і досягається суспільна згода у державному управлінні [1, с. 164].

У мажоритарній демократії, як правило, наявний достатньо широкий спектр груп політичних інтересів, від традиційно орієнтованих і генетично зв'язаних із архаїчним підґрунтям політичних традицій до добровільних організацій, створених

для цілеспрямованого захисту суспільних інтересів. На цю обставину, аналізуючи розвиток демократії у соціальному суспільстві, звернув увагу Д. Труман, виділивши «політичні групи інтересів» [11, с. 47].

Незважаючи на достатньо широкий спектр визначень лобістських груп у працях таких дослідників, як А. Косон, К. Ліндблом, А. Поттер, Р. Солсбері, Дж. Тьєрі та К. Шлозман, всіх їх об'єднує одна спільна риса: у групи репрезентації політичних інтересів входять особи, що в той чи інший спосіб можуть впливати на прийняття політичного рішення чи на хід його реалізації, а також на кадрову політику органів влади. На сучасному етапі лобізм став невід'ємною частиною системи політичного і державного управління в більшості країн світу з демократичною політичною системою [3, с. 44].

Більшість аналітиків і експертів вважають лобіювання позитивним явищем для суспільства з формально-демократичних причин, оскільки це створює систему стримувань і противаг економічних суб'єктів. Крім того, лобізм доповнює конституційну схему демократичного представництва, дозволяючи брати участь в ухваленні та реалізації політичних рішень тим групам, що не мають іншої можливості. У такому випадку лобізм відповідає духу демократичної політики.

Лобізм – один із найпотужніших чинників регулювання суспільного життя в країні, оскільки це політичний спосіб прийняття рішень як на державному, так і на регіональному рівнях. Лобізм можна інтерпретувати як практику реалізації інтересів, як спосіб впливу на органи влади, як посередництво між громадськістю і органами влади, як інститут, систему чи явище [6, с. 25]. Однак суть лобізму одна – просування інтересів, які мають узаконюватися на державному рівні.

Лобізм (від англ. Lobby – кулуари, де депутати парламенту могли спілкуватися зі сторонніми) – специфічний інститут політичної системи, що визначає механізм впливу приватних чи суспільних організацій – політичних партій, корпорацій, союзів тощо – на прийняття рішень парламентом [2].

Існують різні підходи до інтерпретації самого поняття «лобізм».

Психологічний підхід трактує лобізм як маніпулятивно-психологічну взаємодію, центральною категорією якої виступає інтерес (індивідуальний, груповий) [12, с. 148].

Системно-функціональний (інституційний) підхід визначає лобізм як інститут політичної системи, що забезпечує взаємовплив суб'єктів політичної інтеракції, засіб підтримки рівноваги в суспільстві (Мілбрайт, Бенлі, Медісон, Труман). В рамках його лобізм можна розглядати як діяльність, яка доповнює процес виборів [8].

Комунікаційний підхід: (теорія Р.Холла) – з метою економії ресурсів чиновник довіряє лобісту статус постачальника (інформації, контактів, інтелектуальних ресурсів та ін.). Самі лобісти отримують за це прямих вихід на особу, яка приймає рішення [12, с. 149].

У західному законодавстві лобізм існує вже багато років, – у ФРН, Франції, Італії немає окремого закону, але є положення, яке регулює відносини лобістів і депутатів. В Австрії, Нідерландах створено спеціальні інститути – «соціально-економічні ради», які мають досить чіткий юридичний статус і виконують роль своєрідних «лобістських парламентів» [5]. В Канаді є закон про реєстрацію лобістів, в якому вказується, що реєстрація не повинна перешкоджати вільному і відкритому доступу до уряду, а для реєстрації передбачається спеціальна посада.

У Великій Британії лобіювання заохочується

самою процедурою законотворення. Перед розглядом законопроекту зацікавленим групам пропонується для дискусії так званий «зелений документ». За результатами дискусії видається «білий документ», що містить реакцію зацікавлених груп, лобістських організацій на «зелений документ» і є основою для законопроекту» [5].

В Росії правове регулювання інституту лобізму знаходиться на стадії формування, враховуючи традиції та ситуацію всередині країни. В Україні поки що мало робиться у цьому напрямі.

Умови проведення лобістської діяльності в будь-якій країні залежать, перш за все, – від конституційного ладу, наявності законодавчої бази і тих традицій ведення політичного процесу, що склалися. Та все ж, зважаючи на усі недоліки, це врешті не може затінити ту надзвичайно корисну роль, яку він покликаний виконувати. Лобізм у його сучасних, цивілізованих формах є широко використовуваною, легальною формою впливу різноманітних кіл та груп суспільства на апарат державної влади, особливо парламент, причому впливу знизу [9, с. 111]. Головне завдання демократичного лобіювання – досягти того, щоб у законодавчих та нормативних актах державної влади враховувалися специфічні інтереси різних груп громадськості, їх організацій, що не суперечать загальним інтересам суспільства.

Специфічність конкретної лобістської групи проявляється в тому, що, по-перше, саме конкретний інтерес відрізняє цю групу від інших суб'єктів господарської діяльності; по-друге, що ці інтереси можуть виходити за межі норм, правил, навіть закону; по-третє, що вони повинні мати можливість представити свої прагнення державним структурам [12, с. 149]. Співпадання інтересів окремих суб'єктів може сприяти створенню тимчасових коаліційних груп, що розширює можливості лобістської структури для рішення конкретного питання. Однак у подальшому це становить небезпеку, може призвести до протиріч і навіть до розпаду структури, зниженню її можливостей у порівнянні з іншими групами.

Лобізм як повноцінний інститут проявляється тоді, коли існують щонайменше дві необхідні умови:

- у суспільстві виникає велике розмаїття інтересів внаслідок його соціальної диференціації;
- розширюється доступ до влади внаслідок розвитку політичного плюралізму, що є характерним насамперед для демократичних суспільств [3, с. 45].

Зміст роботи лобістів виявляється у тому, що лобісти відповідають за зв'язки організації з органами державної влади, головним чином відстежують і зважають той вплив, який можуть справити обговорювані законопроекти у разі їх затвердження на життєдіяльність цієї організації. Як правило, працюючи у головному столичному офісі, лобісти, що відповідають за зв'язки з законодавчими органами державної влади, переслідують декілька загальних цілей:

- поліпшують стосунки з відповідальними працівниками державних установ та організацій;
- відстежують роботу законодавчих та виконавчих органів, міністерств і відомств у тих сферах і з тих питань, які справляють вплив на життя громадян певного виборчого округу;
- активізують участь виборців у справах державного управління на всіх рівнях;
- впливають на законодавство, яке зачіпає економічні інтереси виборців певної місцевості та розташованих там підприємств;

- задалегідь повідомляють законодавців та досягають розуміння з їх боку щодо роботи організацій, які діють у певному виборчому окрузі [10, с. 149-150].

Лобісти у багатьох випадках досягають успіху або зазнають поразки залежно від того, якою мірою вони володіють загальними надбаннями науки і мистецтва публік релейшнз: здібностями налагодити особисті добрі стосунки з об'єктами впливу та подати переконливу інформацію, з одного боку, законодавцям і державним посадовцям, а з іншого, – рядовим виборцям і зацікавленим громадянам. Але на додаток до таких PR-здібностей лобістам потрібні ще й всебічні знання з питань державного управління, законотворчого процесу, соціальної політики, формування громадської думки. Організація, яка зацікавлена у зв'язках з органами державної влади, їх чиновниками, як правило, наймає висококваліфікованих фахівців, перед якими, зрозуміло, ставиться завдання впливати на законотворчий процес [10, с. 147].

Щоб виконувати таку роботу, напевне, не завжди потрібно офіційно реєструватися лобістом. Звернутися до члена парламенту, посадових осіб з того або іншого питання законодавства чи управлінського розпорядження може кожна особа чи організація демократичного суспільства. Але на відміну від тих, хто випадково або лише час від часу використовує таку формальну можливість, лобіст-професіонал швидше завойовує довіру та повагу до себе з боку законодавця. Справа в тому, що для підготовки і аналізу законопроектів, спілкування з законодавцем та переконання його з цих питань лобіст має бути переважно юристом за фахом, користуватися авторитетом та мати добре налагоджені особисті зв'язки на столичному рівні. Не випадково, офіційні лобістські посади заповнюють досвідчені політики, колишні працівники адміністрації президента, сенатори та конгресмени, як тільки закінчується термін їх повноважень. Нерідко трапляються випадки, коли досвідчені лобісти йдуть на державну службу, а потім використовують свою офіційну посаду, щоб надавати підтримку колишнім клієнтам. Буває й навпаки, коли державні службовці залишають високі посади і стають лобістами. Гострою є проблема взаємовідносин між професіональними лобістами і тими, кого вони лобіюють.

У загальному вигляді суть роботи лобіста фактично полягає у тому, щоб інформувати і переконувати інших (законодавців, тих, хто приймає рішення). Безумовно, для цього одних контактів замало. Адже лобістові, насамперед, потрібно володіти конкретною інформацією, що цікавить конкретного законодавця. Крім того, така інформація та загальні ідеї щодо майбутнього законодавства мають бути викладені законодавцеві завчасно, ще до того, як з'явиться законопроект. Досвідчені лобісти та законодавці доходять спільної думки, що питання своєчасності і повноти інформації є особливо важливими у процесі законотворення та подальшого впливу на нього [4, с. 59]. Зрозуміло, що специфіка діяльності того чи іншого лобіста залежить від напрямку законодавства, на яке він сподівається вплинути, та від характеру організації, яку він представляє. Але незалежно від цього всім лобістам у більшості випадків доводиться так або інакше виконувати наступну роботу:

1) Збирати факти. Державне управління – це нескінченна кількість конкретних фактів, статистичних даних, економічних показників, думок і рішень, про які потрібно знати і в яких потрібно розбиратися.

2) Інтерпретувати управлінські акції. Ключова функція

лобіста полягає в тому, щоб інтерпретувати керівництву організації значення управлінських акцій та потенційні наслідки законодавчих актів, що мають бути ухвалені. Лобісти часто прогнозують, що може відбутися у сфері законодавства, та рекомендують заходи щодо запобігання можливим наслідкам.

3) Інтерпретувати дії організації. Під час майже щоденних контактів з членами парламенту та їх помічниками лобіст повідомляє їм думку організацій та конкретних груп громадськості щодо законодавства.

4) Захищати позиції організації. Окрім надання конкретних фактів, лобіст від імені клієнта захищає його інтереси, тобто переконує законодавця у необхідності підтримки або протидії щодо певного законопроекту.

5) Слугувати трампліном для публісیتی. Більшість новин в країні народжується у столиці. Вони є базовими для сотень журналістів та репортерів з різних засобів масової інформації. Скупчення засобів інформації у столиці є ідеальним трампліном для розгортання кампанії публісیتی на користь організації, яку представляє лобіст.

6) Сприяти збуту продукції. Держава є одним із найбільших замовників продукції або послуг. Лобіст часто служить сполучною ланкою, через яку здійснюються торгові операції. Лобіст, який має дружні стосунки з державними посадовцями, може бути каналом, що сполучає державні установи та компанію або організацію [8].

Основою будь-якого процесу лобіювання є базові потреби і мотиваційна стратегія групових інтересів. Реальна психологія лобістської діяльності представляє собою продукт взаємодії комунікативних, пізнавальних та індивідуальних афективних процесів. В основі лежить механізм ідентифікації групових інтересів з суспільними. Специфічність об'єкта і предмета лобізму передбачає багатоманітність видів групового тиску [1, с. 166].

Залежно від того, у чию користь «вирішується питання», лобіювання може поділятися на такі різновиди:

- лобіювання різних соціальних структур: громадських організацій, рухів, партій, груп, прошарків (профспілки, антивоєнні і екологічні рухи, підприємницькі союзи і т.д.). Наприклад, у США літні громадяни об'єднуються в асоціації, які захищають їхні права, здійснюють лобістську діяльність у Конгресі, організують кампанії на користь чи проти тих чи інших заходів, що стосуються їхніх інтересів.

- відомче лобіювання – це лобізм у міністерствах, відомствах, державних органах.

- іноземне лобіювання – це вплив закордонних «груп тиску» або національних громад на ті чи інші державні органи з метою домогтися від них певних рішень. Так, значне місце в структурах американського суспільства займають лобі єврейське, польське, арабське і ін. Усі вони, в силу своїх можливостей, намагаються «проштовхувати» інтереси національних громад і країн, вихідцями з яких є [7, с. 26]. Найдієвіші важелі при цьому є гроші, преса, голоси виборців, які перетворюються у вплив.

Виділяють ще й інші типи лобістської діяльності, як: тіньову, або закриту; демократичну, або відкритую; інституціоналізовану, або законодавчо врегульовану [7, с. 34-36].

Вищою формою регулювання лобізму є інституціоналізований, законодавчо-врегульований лобізм. Критерій урегульованості надає йому статус легального і перетворює на повноправний інститут суспільства. Його діяльність підпорядковується чітко встановленим процедурам, які дозволяють контролювати цей процес і надають можливість застосовувати

відповідні санкції в разі вчинення порушень. Усі суб'єкти лобіювання мають однакові умови, а відтак зменшується ризик виникнення привілейованих зв'язків. У деяких країнах нема закону, який регулює лобізм, тому цю функцію виконує тут громадська думка. Урегульованість лобізму законами чи громадським контролем дає великий моральний ефект, адже це допомагає виправдати в очах громадськості просування чийось інтересів. Нормативні акти, що стосуються діяльності лобістів, регламентують такі моменти: сферу дії закону, методи роботи, об'єкти та структуру їхньої діяльності, вимоги до реєстрації, права, обмеження, санкції [5].

Лобізм у сучасному розумінні неможливий без розвинених інститутів демократії, наявності в суспільстві політичного плюралізму, гласності, конкуренції та рівності можливостей. Лобізм є надзвичайно актуальним, тому що реально влада не в змозі задовольнити своєчасно і повністю потреби учасників політичного процесу. Саме тому легальне функціонування інституту лобіювання вигідне всьому суспільству, оскільки це дозволяє зіставляти групові інтереси та можливі наслідки різних дій у межах легітимного поля демократичного суспільства.

Уявлення про лобізм відповідно до політичного змісту не завжди відповідає реаліям існування у конкретних політичних і національних контекстах. Це відбувається через те, що він будується на основі реальних міжгрупових відносин під впливом пануючої політичної традиції та особливостей історичного моменту. Тому в різних країнах він функціонує по-різному [4, с. 56].

Отже, підводячи підсумок, варто зазначити, що лобізм є явищем, характерним для суспільств з розвинутою демократичною системою правління, означаючи відкритість та розвиненість системи представництва інтересів в суспільстві. Саме в демократичних системах створюються передумови для виникнення лобізму: велике розмаїття інтересів та політичний плюралізм, що уможливило доступ до влади. Проте, численні групи, переслідуючи різні цілі, інколи створюють такий тиск щодо прийняття політичних рішень, що втрачається логіка державної політики з певних питань, саме тому невиправдано було б ідеалізувати інститут лобізму як найоптимальніший інститут у вирішенні всіх проблем. Але водночас неможливо не визнавати його ролі щодо процесу оформлення, вираження, представництва інтересів у структурах влади, оскільки його легалізована форма дозволяє забезпечити репрезентацію прав та інтересів в органах влади, зробити апарат державної влади більш відкритим для контролю з боку держави.

На жаль, сьогодні інститут лобіювання в Україні залишається не лише новим і невнормованим явищем, який за рахунок підміни понять стійко асоціюється в громадян із корупцією, позаправовим впливом на діяльність органів державної влади в інтересах окремих соціальних груп. Тому в майбутньому існує наукова необхідність провести порівняльний аналіз процесів інституціоналізації лобізму в зарубіжних демократичних країнах з метою розробки та реалізації стратегії інституціоналізації лобізму у вітчизняній практиці.

### Бібліографічні посилання

1. Бакун Л. А. Группы в политике. К истории развития американских теорий [Текст] / Л. А. Бакун // Полис. – № 1. – 1999. – С. 162–167.
2. Большой энциклопедический словарь [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [http://www.announcement.ru/enc\\_letter/bse\\_590\\_36142\\_367\\_1.html](http://www.announcement.ru/enc_letter/bse_590_36142_367_1.html). – Заголовок з екрану.
3. Виговський Д. Суть лобізму як категорії політичної науки [Текст] / Д. Виговський // Українська національна ідея: реалії та перспективи розвитку. – 2008. – Вип.20 – С. 42–48.
4. Ганжуров Ю. Парламентське лобіювання в контексті політичної комунікації [Текст] / Ю. Ганжуров // Політичний менеджмент. – 2005. – № 4 (13). – С. 50–62.
5. Євгенєва А. Проблема законодавчого регулювання лобістської діяльності [Електронний ресурс] / А. Євгенєва. – Режим доступу : <http://www.parlament.org.ua/index.php?action=Заголовок з екрану>.
6. Лепехин В. А. Лоббизм [Текст] / В. А. Лепехин // Власть. – 1993. – № 2,3. – С. 21–28.
7. Любимов А. П. Классификация видов лоббизма. Материалы к международному «круглому столу» в МГЮА [Текст] / А. П. Любимов – М. : АНО КиАЦ «Россия-США: 21 век», 1999. – 104 с.
8. Морозов С. П. Лоббирование как явление в политическом процессе [Электронный ресурс] / С. П. Морозов. – Режим доступа : <http://www.dialogvn.ru/uk/2002/n03/s02-3-01.htm>. – Заголовок з екрану.
9. Одінцова О. Цивілізований лобізм як форма боротьби з корупцією [Текст] / О. Одінцова // Право України. – 2006. – №6. – С. 110–114.
10. Тихомирова Є. Лобізм як складова міжнародного PR [Текст] / Є. Тихомирова // Політичний менеджмент. – 2005. – №1 (10). – С. 143–151.
11. Цвих В. Ф. Сучасні підходи для визначення сутності та межі функціонування груп інтересів (тиску) [Текст] / В. Ф. Цвих // Людина і політика. – 2002. – №1. – С. 41–53.
12. Шамхалов Ф. И. Лоббизм во взаимодействиях государства и бизнеса (материалы к лекциям и семинарам) [Текст] / Ф.И. Шамхалов // Российский экономический журнал – 1999 – № 1. – С. 147–156.

**Винничук О. В. Институциональный дизайн лоббизма в условиях демократии.**

**Охарактеризовано институт лоббизма в условиях демократии. Раскрыто сущность понятия «лоббизм» в разных интерпретациях и генеза его развития. Проанализированы виды, содержание лоббизма и специфика лоббистской деятельности.**

*Ключевые слова:* лоббизм, институт лоббизма, группы интересов, ведомственное лоббирование, иностранное лоббирование, институциональный дизайн лоббизма.

**Vynnychuk O. Institutional design of lobbying in a democracy.**

**Characterized Institute of lobbying in a democracy. The essence of the concept of «lobbying» in different interpretations of origin and its development. Analyzed the types, content and specific lobbying activities.**

*Key words:* lobbying, Institute of lobbying, interest groups, departmental lobbying, foreign lobbying, lobbying institutional design.

*Надійшла до редколегії: 27.04.14 р.*