

Лавренов Д. А.
аспірант кафедри політології, Київський
національний університет ім. Тараса Шевченка
(Україна, Київ), lavrenov@meta.ua

ОСНОВНІ МОДЕЛІ ПОЛІТИЧНОГО ЛОБІЮВАННЯ ТА ЇХ ОСОБЛИВОСТІ

Проведено аналіз основних моделей політичного лобізму: інституціональної плуралістичної, інституціональної корпоративної, неінституціональної корпоративної, квазіінституціональної корпоративної. Висвітлено основні проблеми та особливості їх функціонування в Україні та світі.

Ключові слова: політичний лобізм, моделі лобіювання, лобістський плуралізм, лобістський корпоративізм, лобістське рішення.

Як політичний феномен лобізм присутній у будь-якій політичній системі світу. Під лобізмом зазвичай розуміється діяльність окремих осіб або груп відносно органів державної влади з метою надання впливу від імені та в інтересах конкретного клієнта на розробку, прийняття й здійснення зазначеними органами законодавчих актів, прийняття політичних та адміністративних рішень. В свою чергу, під категорією “лобіювання” розуміють процес впливу (тиску) громадян або їх груп на органи влади з метою спонукати останні до прийняття рішень в інтересах громадян, їх об'єднань або третіх осіб. Близьким до лобіювання є термін “лобістська діяльність” (“лобістські дії”), під яким необхідно розуміти безпосередню взаємодію осіб з органами державної влади з метою впливу прийняття законів, підзаконних актів, політичних, адміністративних рішень тощо.

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. 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.

Наявність великої кількості підходів до розуміння і тлумачення політичного лобіювання, дає можливість зробити певні узагальнення, на основі яких виокремити основні концепції, що пояснюють суть та феномен лобіювання. Питання сутності, суб'єкту та об'єкту лобіювання, напрямів лобістської діяльності висвітлено в працях вітчизняних та іноземних авторів. С.Г. Дембицького, Є. Тихомирової, Д. А. Калієва, В.Ф. Нестеровича, А.П. Голдовського та інших. Незважаючи на достатньо системні дослідження, в наукових працях відсутні ґрунтовні підходи щодо виокремлення основних концепцій політичного лобіювання, а також приділено мало уваги їх порівнянню.

Характеризуючи лобістську діяльність, не можна залишати поза увагою наявність двох основних підходів до проблеми лобізму – теорію лобістського плуралізму (плуралістичний тип представництва інтересів) та

теорію лобістського корпоративізму (корпоративістський тип представництва інтересів) [4, с.39]. Більшість дослідників лобізму стоїть на позиціях розгляду вказаного суспільно-політичного явища саме як плуралістичного 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. Бенглі 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 [11, с.58]. При цьому, впливовість груп інтересів залежить від їх здатності ухвалювати результативні рішення на всіх рівнях суспільства, від національного до локального [13, 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 [12, с.99]. 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 противагою вищезазначеній теорії лобістського плуралізму. 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” [12, 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 тайну угоду), отримуючи в обмін на отримані групою пільги лояльність та гарантію підтримання державних інтересів [1, с.175]. 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 підібраної групи [8, с.24]. 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, “Мост” В. Гусинського, “АФК Система” та “Башнефть” В.Евтушенкова), 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, апріорі 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 [5, с.328].

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

приводить до значного розширення 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 якою–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 чітковизначені законом органи державної влади й органи місцевого самоврядування з боку зареєстрованих у встановленому законом порядку осіб [7, с.192], 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 [10, с.48].

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

Суб’єкти лобістської діяльності – це актори системи соціально–політичного представництва інтересів, що чинять вплив на апарат держави. Їх можна розділити на опосередковані (групи інтересів та групи тиску) і безпосередні (лобістів). З усіх перерахованих найбільш широким поняттям є група інтересу, яка відстоює певний (соціальний, економічний, політичний, іноді культурний) інтерес. Найбільш вузьким поняттям є група тиску, яка своєю метою ставить можливість впливати на прийнятті органами влади рішення. Якщо група тиску – це замовник лобістської кампанії, то лобіст – це конкретна особа, безпосередній суб’єкт лобіювання. Проте найчастіше вчені, предметом дослідження яких виступає лобістська діяльність, аналізують не безпосередніх, а опосередкованих суб’єктів лобіювання. Таким чином, в якості основного суб’єкта лобізму, тобто ключового актора лобістських

відносин, виступають групи тиску. Для реалізації ними власних інтересів необхідна наявність декількох підстав, що визначають функціональну взаємодію державних органів і лобістських груп:

по–перше, специфічність інтересів суб'єктів політичного процесу;

по–друге, можливість реалізації даних інтересів, що включає близькість до особи або організації, що приймає рішення;

по–третє, наявність коштів, достатніх для всього комплексу дій, що забезпечують реалізацію даного політичного інтересу, можливість надання політичного та економічного тиску, а також інформаційні можливості з метою формування громадської думки[2,с.47].

Серед лобістів, на думку Є.Н.Мінченко, можна виділити наступні групи: політичні, соціальні, економічні, регіональні та іноземні[6]. Перераховані суб'єкти можуть бути взаємопов'язаними. У зв'язку з відсутністю чіткого розмежування між лобістськими групами їх розподіл дуже умовний.

Політичні лобісти – це, перш за все, фінансово–економічні та соціальні групи, які домагаються необхідного впливу за допомогою участі в політичній боротьбі і передвиборчих кампаніях. У Західній Європі яскравим прикладом такого суб'єкта лобіювання є рух “Вперед, Італія!” С. Берлусконі, що виражає інтереси фінансово–промислових груп. Найбільшим представником політичного лобізму в Східній Європі є аграрне лобі, яке виступає за встановлення особливих форм кредитування сільськогосподарських робіт, надання місцевій адміністрації права контролю над державними субсидіями сільському господарству та ін.

До соціальних лобістів, в першу чергу, відносять профспілки та інші громадські організації. Їх лобістський потенціал прямо пропорційний економічному значенню галузі, яку вони представляють. Наприклад, нафтовики, шахтарі порівняно з працівниками соціальної сфери, науки, освіти володіють більшими можливостями лобіювати свої інтереси. До соціальних лобістів можна також віднести ветеранські, жіночі, молодіжні, екологічні організації. У багатьох тоталітарних і авторитарних політичних системах їх потенціал обмежений і часто залежить від особистого авторитету лідера. Однак у демократичних державах, де такі групи спираються на розгалужену мережу добровільних організацій, вони мають значні лобістські можливості.

Для економічних лобістів найбільш дієвими важелями тиску на процеси прийняття політичних рішень є економічні заходи. До цієї категорії відносять фінансово–промислові групи, корпорації та галузеві компанії, що є абсолютними монополістами в секторі збуту продукції, такі, що мають експортно–імпорتنу структуру, власну фінансово–банківську систему, засоби масової інформації, представників у парламенті або в політичних рухах тощо. Прикладами такого суб'єкта є різні автомобільні концерни (“Тойота–Моторс”, “Форд”, “Фольксваген”), нафтові і газові компанії (“Брітіш петролеум”, “ТНК–ВР”, ВАТ “Німецька нафтова компанія”) та інші.

Регіональні лобісти прагнуть отримати певні пільги та переваги для своїх територій. Однак лобіювання

інтересів одного регіону на шкоду інтересам інших регіонів і країни в цілому неминуче призводить до негативних наслідків (різних соціальних конфліктів, економічних диспропорцій і т.д.).

Іноземні лобісти – це впливові закордонні групи тиску, національні громади. Наприклад, в США вагомим місцем в політичній системі країни займають єврейське, японське, польське, арабське лобі. Всі вони намагаються впливати на процес прийняття політичних рішень та виражають інтереси своїх діаспор і країн[9].

Так, наприклад, концерн “Тойота” створив для себе вільну торгову зону в штаті Кентуккі і продає автомобілі з найменшими для себе витратами. У США зміцнюються позиції японські банки, створюються цілі “розумові центри”, контролюється інвестиційний процес[3,с.51].

Аналіз суб'єктів лобістської діяльності дозволяє виділити ряд їх особливостей. Перша полягає в тому, що на практиці група тиску зазвичай враховується не сама по собі, а щодо її положення в суспільстві, можливості робити вплив і результативності цього впливу, а також внутрішнього характеру самої групи. Наприклад, монополістичні угруповання і провідні союзи підприємців, що виступають як групи тиску, можуть іноді програвати процедуру лобіювання, але це не означає, що їх роль у політичному процесі зменшується. Ступінь ефективності впливу з боку групи залежить від обстановки, політики держави на даному етапі, можливостей опозиційних до них груп.

Другою особливістю є те, що зазвичай групи тиску не займаються безпосередньо лобізмом. Наприклад, подібна практика в США носить спеціалізований характер і здійснюється за допомогою осіб, підрозділів, або організацій, орієнтованих на відносини з органами державної влади на професійній основі (окремі лобісти, юридичні фірми, агентства зі зв'язків з громадськістю та інші).

Третя особливість аналізу діяльності суб'єктів лобізму полягає в тому, що, поряд з такими загально визначеними суб'єктами лобізму, як фінансово–промислові групи, профспілки, антивоєнні, екологічні рухи, підприємницькі союзи, іноземні лобісти, злочинні угруповання, в політичному процесі різних країн діють і особливі суб'єкти зазначеного виду відносин. Вони впливають і одночасно самі знаходяться в полі впливу інших лобістських груп, тобто виступають також і в якості об'єкта лобістської діяльності (органи державної влади).

Як політичний феномен лобізм присутній у будь–якій політичній системі світу. Під лобізмом зазвичай розуміється діяльність окремих осіб або груп відносно органів державної влади з метою надання впливу від імені та в інтересах конкретного клієнта на розробку, прийняття й здійснення зазначеними органами законодавчих актів і адміністративних рішень.

Політична сутність лобізму характеризується низкою ознак:

реалізацією права кожного громадянина або групи звертатися із клопотанням до свого уряду;

поданням інтересів різних соціальних груп у процесі формування державної політики за допомогою надання впливу на органи влади, що приймають політичні рішення;

здатністю досягнення власних інтересів політичними суб'єктами в органах державної влади через структури, що лобіюють, особливо тоді, коли оформляється усвідомлення індивідами, групами, інститутами власних інтересів.

Лобізм як інститут політичної системи виконує безліч різноманітних функцій. Серед них найбільше значення мають: інформаційна, функція заміщення представництва, упорядкування плюралізму громадської думки, посередництва між громадським суспільством і державою й ін. Специфіка, що визначає становлення й розвиток інституту лобізму, залежить від політичної культури суспільства, стану економіки держави, його політичного режиму тощо.

Як суб'єктів лобіювання найчастіше розглядаються групи тиску або лобістські групи; у ролі об'єктів виступають органи законодавчої й виконавчої влади. Однак залежно від типу політичного режиму ступінь впливу на них різна. Що стосується предмету лобіювання, то необхідно відзначити, що він визначається інтересами лобістської групи й, як правило, виступає у вигляді ресурсу, проблеми або позиції.

Дослідження основних типів лобізму, а також структурної організації лобістської діяльності дозволило зробити висновок про наявність чотирьох моделей лобізму, що реалізуються на сьогодні у світовій практиці (інституціональної плюралістичної, інституціональної корпоративної, неінституціональної корпоративної, квазіінституціональної корпоративної) і двох теоретичних моделей (неінституціональної плюралістичної та квазіінституціональної плюралістичної).

Суб'єктно-інституціональна специфіка лобістської діяльності визначена основними типами представництва інтересів: плюралістичним, корпоративним, кланово-корпоративним. Для сучасної України характерне домінування корпоративного типу представництва інтересів, модифікованого специфікою посткомуністичного трансформаційного процесу. Кризи легітимності, нав'язаний негативний консенсус еліт, дефіцит демократичних акторів і інші особливості, пов'язані з міжрежимним переходом стимулювали обмеження числа суб'єктів лобіювання й сприяли становленню в Україні квазіінституціональної моделі лобізму.

Список використаних джерел

1. Калиев Р.Х. Цивилизованный лоббизм как адекватная модель взаимоотношений национального бизнеса и государства // Вестник Российской нации. – 2009. – Т.8. – №6. – С. 175.
2. Коженко Я.В. Особенности институционализации лоббизма в современной России // Юрист–Правовед. – 2006. – №3. – С. 47.
3. Костяев С.С. Формы бюджетного лоббизма в США // Мировая экономика и международные отношения. – 2007. – №10. – С. 51.
4. Леви Д. А. Современное лоббирование в Европейском Союзе: в поисках общих ценностей и точек соприкосновения [Текст] / Д. А. Леви. – СПб.: Сезам–принт, 2009.
5. Мамедханлы А.А. Лоббизм и его роль в политической системе // Современные гуманитарные исследования. – 2009. – №3. – С. 328–330.
6. Минченко Е.М. Современные тенденции в технологиях лоббизма. – URL: <http://www.stratagama.org/lobbizm.php?nws=10851438839772354655>

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

8. Проблеми легітимації інституту лобіювання в Україні та шляхи їх розв'язання [Текст]: [матеріали громад. обговорення, м.Київ, 12 жовт. 2009р.] / Департамент конституційного та адміністративного права, Програма сприяння Парламенту II; авт.–упоряд. В. Федоренко [та ін.]; заг. ред. В. Федоренко. – К.: СПД Москаленко О. М., 2009.

9. Рязев В. Этнический лоббизм: танцы на льду. – URL: <http://www.stratagama.org/arclob.php>

10. Сиротенко С. П. Нормативно-правовое регулирование лоббизма (российский и зарубежный опыт): монография / С. П. Сиротенко; под ред. С. А. Комарова. – СПб.: Юридический ин-т, 2010.

11. 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.

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

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

References

1. Kaliev R. H. Civilizovannyj lobbizm kak adekvatnaja model' vzaimootnoshenij nacional'nogo biznesa i gosudarstva // Vestnik Rossijskoj nacii. – 2009. – Т.8. – №6. – С. 175.
2. Kozhenko Ja. V. Osobennosti institucionalizacii lobbizma v sovremennoj Rossii // Jurist–Pravoved#. – 2006. – №3. – С. 47.
3. Kostjaev S. S. Formy bjudzhetnogo lobbizma v SSHA // Mirovaja jekonomika i mezhdunarodnye otnoshenija. – 2007. – №10. – С. 51.
4. Levi D. A. Sovremennoe lobbirovanie v Evropejskom Sojuze: v poiskah obshhijh cennostej i toček soprikošnovenija [Текст] / D. A. Levi. – СПб.: Sezam–print, 2009.
5. Mamedhanly A. A. Lobbizm i ego rol' v političeskoj sisteme // Sovremennye gumanitarnye issledovanija. – 2009. – №3. – С. 328–330.
6. Minchenko E. M. Sovremennye tendencii v tehnologijah lobbizma. – URL: <http://www.stratagama.org/lobbizm.php?nws=10851438839772354655>
7. Nesterovych V. F. Konstytucijno–pravovi zasady instytutu lobijuvannja: zarubizhnyj dosvid ta perspektivy dlja Ukraїny [Текст]: [monografija] / V. F. Nesterovych; Lugan. derzh. un–t vnutr. sprav im. E. O. Didorenka. – Lugans'k: RVV LDUVS im. E. O. Didorenka, 2010. – 752 s.
8. Problemy legitymacii instytutu lobijuvannja v Ukraїni ta shljahy ih rozv'jazannja [Текст]: [materialy громад. obgovorenja, m. Kyїv, 12 zhovt. 2009 r.] / Departament konstytucijnogo ta administratyvnogo prava, Programa spryjannja Parlamentu II; avt.–uporjad. V. Fedorenko [ta in.]; zag. red. V. Fedorenko. – K.: SPD Moskalenko O. M., 2009.
9. Rjazev V. Jemicheskij lobbizm: tancy na l'du. – URL: <http://www.stratagama.org/arclob.php>
10. Sirotenko S. P. Normativno–pravovoe regulirovanie lobbizma (rossijskij i zarubezhnyj opyt): monografija / S. P. Sirotenko; pod red. S. A. Komarova. – SPb.: Juridicheskij in–t, 2010.
11. 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.
12. Schmitter Ph. Still the Century of Corporatism? / Ph. Schmitter // The Review of Politics. – 1974. – Vol.36. – P.99.
13. Truman D. B. The governmental process; political interests and public opinion / D. B. Truman. – 2–d ed. – New York: Knopf, 1971.

Лавренов Д. А., PhD student of political science department, Taras Shevchenko National University of Kyiv (Ukraine, Kiev), lavrenov@meta.ua

Basic model of political lobbying and their features

The article analyzes the basic models of political lobbying: pluralistic institutional, corporate institutional, corporate non-institutional, corporate quasi institutional. The basic problems and features of their functioning in Ukraine and in the world.

Keywords: political lobbying, lobbying model, lobbying pluralism, lobbying corporatism, lobbying decision.

Лавренов Д. А., аспірант кафедри політології, Київський національний університет ім. Тараса Шевченка (Україна, Київ), lavrenov@meta.ua

Основные модели политического лоббирования и их особенности

Проведен анализ основных моделей политического лоббизма: институциональной плюралистической, институциональной корпоративной, неинституциональной корпоративной, квазинституциональной корпоративной. Освещены основные проблемы и особенности их функционирования в Украине и мире.

Ключевые слова: политический лоббизм, модели лоббирования, лоббистский плюрализм, лоббистский корпоративизм, лоббистское решение.

* * *

УДК 321.02:316.3

Макаренко Б.

кандидат політичних наук, здобувач,
Національний педагогічний університет
ім. М. П. Драгоманова (Україна, Київ),
gileya.org.ua@gmail.com

ДУХОВНІ ДЕТЕРМІНАНТИ АКТИВІЗАЦІЇ ПОЛІТИЧНОЇ УЧАСТІ ОСОБИСТОСТІ

Політична участь здійснюється з метою впливу на процес підготовки, прийняття і реалізації політичних рішень на різних рівнях – місцевому, регіональному, загальнонаціональному. Вона реалізується в широкому спектрі політичної активності суб'єктів політичного процесу і передбачає продукування необхідних цінностей та смислів. З огляду на це політична участь розгортається в системі духовних детермінант політичного розвитку і громадянської самоорганізації. А її гуманістичний вимір найбільш повно розкривається в духовному світі особистості, поєднуючи індивідуальний вимір культури із колективним. В статті політична участь особистості розглядається в системі духовних детермінант політичного розвитку і громадянської самоорганізації.

Ключові слова: людина, політика, культура, освіта, мораль, політична участь, цінності, духовна культура, духовні цінності, духовність.

Політична участь особистості – основна і узагальнююча форма саморозгортання її діяльності в політичній сфері та в царині громадянської самоорганізації. Проблема політичної участі здавна цікавлять дослідники різних країн, намагаючись знайти відповідь на питання, чому людина бере або не бере участь у політиці, які фактори мають вирішальний вплив на вибір тих чи інших форм політичної діяльності, чому індивіди висловлюють свою підтримку або незгоду із будь-якими політичними силами, програмами, інститутами.

Детальний аналіз поняття “політична участь”, окреслення поглядів різних науковців на його зміст, проводить В. Бортніков [1]. За думкою вченого, аналіз спроб визначення сутності явища політичної участі, що намагалися дати деякі автори, не дозволяє визнати їх задовільними, так як вони не дають повної картини політичної участі, здатної слугувати основою для її адекватного відображення. Найбільш ґрунтовний теоретичний аналіз згаданого поняття на пострадянському просторі, вважає В. Бортніков, здійснив російський вчений Д. Гончаров, який розглядає політичну участь крізь призму поведінкової (біхевіористичної) парадигми в контексті соціокультурного і структурно-функціонального аналізу сучасного суспільства. Разом з тим, одне з універсальних визначень поняття “політична участь”, а саме: “участь охоплює дії, за допомогою яких рядові члени будь-якої політичної системи впливають або намагаються впливати на результати її діяльності”, належить американському досліднику Дж. Нагелю. Саме політична система, на його думку, є основним

детермінантом визначення участі особистості у політичному житті суспільства [2, с. 6].

Загалом, на думку більшості дослідників, політична участь містить широкий спектр політичної активності, пов'язаний зі специфічним відношенням соціальних суб'єктів до влади. Так, за Г. Беловим, під політичною участю розуміється “будь-яке сприяння політичній системі у здійсненні її функцій, впливовий прояв громадянином, його групами своїх інтересів і позицій по відношенню до влади”. На його думку, до участі також приєднуються різні форми суспільної активності, участь у формуванні суспільної думки на зборах, мітингах, маніфестаціях, використанні свободи слова [3, с. 233]. Російська дослідниця О. Мелешкіна визначає політичну участь як “більш-менш” регулярне і, зокрема, інструментальне застосування акторами різних форм політичної діяльності, засобом якого громадяни намагаються впливати на процес прийняття політичних рішень” [4, с. 154]. На думку М. Пірен, “політична участь – це втягнення (залучення) членів соціально-політичної спільноти в існуючій всередині неї політичні відносини і структуру людини” [5, с. 62]. П. Шляхтун обмежує сферу політичної участі громадян непрофесійною політичною діяльністю, найпоширенішими формами якої є вибори і референдуми [6, с. 417].

На думку О. Чемшита, політична участь – це “будь-яка дія або бездіяльність, спрямована на зміну чи збереження існуючого способу розподілу ресурсів у масштабах усього суспільства”. Політичну участь взагалі, дослідник визначає як свідомі дії або відмову від них, які роблять політичні актори (громадяни, групи інтересів, політичні партії тощо) з метою найбільш повної реалізації відповідних базових потреб [7, с. 254].

Український політолог В. Горбатенко в якості важливого інструменту реалізації ефективної участі пропонує створення нових різновидів інститутів, які забезпечували б не лише контроль над ресурсами, а й канали для ефективного діалогу між владою та населенням. Не менш важливим на його думку, є досягнення на місцевому рівні відносно рівномірного розподілу таких ресурсів участі, як гроші, освіта, знання механізмів прийняття політичних рішень, вільний час, доступ до ЗМІ тощо [8, с. 20].

Політична участь характеризується не лише ступенем активності індивіда, а й ще багатьма чинниками, які в сукупності визначають поведінку суб'єкта політичних відносин. У політичній науці під терміном “політична поведінка” розуміють не лише дії окремих учасників, а й масові виступи, як організованих суб'єктів влади, так і стихійні дії натовпу. Це можуть бути акції на підтримку системи або такі, що спрямовані проти неї.

Узагальнюючи різнопланові підходи, В. Бортніков наголошує: не варто забувати, що політична участь – це насамперед категорія політична. А світ політичного є складним, багатощаровим і разом з тим мінливим явищем, особливою сферою життєдіяльності людей, пов'язаною із владними відносинами, з державою та державним устроєм, з тими інститутами, принципами, нормами, мораллю, які призвані гарантувати життєздатність спільноти, реалізацію її загальної волі, інтересів та потреб. В умовах державно-організованого