

УДК: 328.184:321:001.82

Чорнописький Василь

ЛОБІЗМ ЯК ЧИННИК ДЕМОКРАТИЧНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ: ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ

У статті розглянуто проблему методологічних особливостей вивчення лобізму, що впливають із концептуальних підходів до дослідження цього феномена та з принципів, які є основоположними для методів лобіювання. Зроблено уточнення термінів «лобізм» та «методологія дослідження». Визначено завдання та специфіку методології дослідження лобізму, зумовлену її об'єктом. Розглянуто ключові аспекти методології дослідження зазначеного феномену – концептуальні дослідницькі підходи та методи лобізму. Окреслено основні концептуальні підходи до розуміння сутності лобізму. Визначено базові критерії класифікації методів лобізму та розглянуто відповідні класифікації. Встановлено, що основні компоненти методології забезпечують зв'язки між двома вказаними методологічними аспектами. Зроблено висновок, що врахування методологічної специфіки дослідження лобізму забезпечує правильне його розуміння і закладає можливості для контролю і вдосконалення інституту лобізму.

Ключові слова: влада, вплив, лобізм, лобіювання, методологія дослідження, групи інтересів.

Постановка проблеми. За умов трансформації українського суспільства в ХХІ ст. надзвичайно актуальним є розвиток нових суспільно-політичних інституцій, зокрема інституту лобізму. Як суспільно-політичне явище інститут лобізму постає обов'язковою умовою існування сучасної демократії та політичної системи. Лобістська діяльність, змістом якої є прямий чи опосередкований вплив на органи влади з метою реалізації інтересів певних суспільних груп. У США, Великобританії, Франції та ряді інших країн поняття «лобізму» продуктивно увійшло в теоретичні доробки та в суспільну практику, проте в Україні воно ще не отримало ні належного теоретичного обґрунтування, ні практичного втілення. Причина такого стану справ в Україні полягає, з одного боку, в неоднозначності самих понять «лобізм», «лобіювання», яка випливає з різноманіття концептуальних підходів до дослідження лобізму і, з іншого боку, у відсутності глибоких знань про методи, технології лобізму. Ще однією завагою є відсутність правової легітимації, тобто як мінімум нормативно-правового регулювання та наративи, які інтерпретують лобізм включно як корупційну технологію.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сучасні дослідники, зокрема Т. Богиня[1], М. Бризіцький[2], М. Газізов[3], П. Каневський[4], М. Лись[5], В. Нестерович[6], М. Рачинська[8], Є. Тихомирова[9], А. Трофименко[10] П. Фельдман[11], вивчали проблему концептуальних підходів до дослідження лобізму та класифікації методів лобізму, проте ними не в повній мірі визначено як саме поняття, так і методологію з точки зору охоплення всіх акторів та сфер, де лобізм присутній.

Метою статті є формування передумов для всебічного розуміння лобізму, його сутності та понятійно-категоріального апарату.

Виклад основного матеріалу. На сьогодні термін «лобізм» увійшов в обіг зарубіжних та українських експертів, політологів, державних чиновників, а сам феномен є невід'ємною частиною політичної комунікації. Перш за все, слід уточнити ключові терміни, використані у цій статті – «лобізм» і «методологія дослідження». Зокрема, термін «лобізм» є похідним від англійського слова «коридор» (lobby): в середині ХVІ ст. ним позначали місце для прогулянок у монастирі, пізніше – в англійській палаті общин. У широкому сенсі термін «лобізм» тлумачиться як будь-яка діяльність політичних партій, окремих громадян, асоціацій, суспільних груп, бізнес-

структур, корпоративних груп, чи інших організацій, що спрямовують власні дії на державні органи влади для просування своїх інтересів. У вузькому значенні лобізм є професійною взаємодією представників недержавних організацій з представниками органів місцевого самоврядування та державних органів з метою сприяти ухваленню чи не ухваленню останніми рішень, вигідних першим[10]. Нерідко розрізняють терміни «лобізм» і «лобіювання», розглядаючи перший з них як суспільно-політичне явище, зорієнтоване на відстоювання важливих інтересів соціуму, а другий – як процес і механізм забезпечення такого відстоювання шляхом постійного впливу на державні органи[3].

Під терміном «методологія дослідження» прийнято розуміти як вчення про системну організацію наукової діяльності за допомогою визначених засобів, форм та методів, так і саму систему методів, форм та засобів, за допомогою яких організовується науково-дослідницька діяльність. Методологія дослідження передбачає наявність суб'єкта, об'єкта, мети та засобів впливу суб'єкта діяльності на об'єкт. З одного боку, вона потребує наявності теоретичних підходів, у яких відображена точка зору суб'єкта на об'єкт, з іншого – наявності інформації про специфіку об'єкта, на основі якої оформлюються теоретичні підходи та, в подальшому, здійснюється вплив суб'єкта діяльності на об'єкт останньої.

На основі наведеної нами дефініції «методології дослідження» можемо стверджувати, що вивчення лобізму базується на концептуальних підходах до його дослідження та особливостях методів.

Основними підходами до розуміння сутності лобізму є: політологічний (включає теорію груп інтересів, концепцію плюралізму; точки зору на лобізм як форму політичного представництва, самостійний інститут політичної системи, один із видів політичної комунікації та як корупційну технологію), правовий та економічний підходи.

Політологічний підхід, за яким лобізм постає обов'язковим елементом політичної системи, нерозривно пов'язаним із її сучасним розвитком. Така позиція робить акцент на ролі лобіювання в ході ухвалення політичних рішень владними структурами. Вона представлена низкою напрямків, серед яких:

Теорія груп інтересів (А. Бентлі, Р. Даль, Д. Істон, Г. Ласка, М. Олсон, Р. Селсбері та ін.) – згідно з нею, основою політичного процесу є взаємодія зацікавлених груп та боротьба їхніх інтересів, а лобізм є системою і практикою реалізації інтересів різних суспільних груп.

Концепція плюралізму (Г. Лембрух, С. Рокан, Ф. Шмітер та ін.) логічно впливає з попередньої, проте робить акцент на диверсифікованості інтересів, а не їх боротьбі. Згідно з цією позицією, лобізм є основним механізмом взаємодії держави та груп інтересів, а також ключовим способом збереження балансу сил у суспільстві та рівноваги політичної системи.

Лобізм як форма політичного представництва інтересів (К. Кумс, О. Мелещенко, Г. Почепцов, Т. Пояркова, Є. Тихомирова, А. Чічановський, В. Шкляр та ін.)[9]. Зазначений підхід до розуміння лобізму передбачає два базових зрізи його ідентифікації: по-перше, реалізацію права кожного громадянина звернутися з клопотанням до влади; по-друге, професійну діяльність спеціальних співробітників чи консультантів з метою представлення інтересів певних організацій в ході вироблення державної політики.

Лобізм як самостійний інститут політичної системи (Ч. Вайз, А. Данков, П. Кислий, Е. Ледд, П. Росс, С. Файнер, Ф. Фарнель, О. Шомко та ін.) – в такому статусі цей феномен включає в себе окрему частину політичної сфери життя суспільства і

володіє специфічними якостями, характеристиками. Цей політичний інститут є механізмом впливу громадян та громадських об'єднань на представників державної влади з ціллю ухвалення або не ухвалення певного політичного рішення.

Лобізм як один із видів політичної комунікації (Л. Зеттер, О. Шестакова та ін.) – такий погляд тлумачить лобіювання у якості здійснення спроб вплинути на структури державного управління завдяки інформуванню громадськості стосовно актуальних політичних питань[10].

Лобізм як корупційна технологія. Такий підхід на сьогодні також є актуальним, і він передбачає ототожнення лобізму та корупції (С. Зяграєвський, А. Міндагулов та ін.). Його прихильники переконані, що вплив лобі на владу здійснюється корупційним шляхом (для ухвалення владними структурами вигідних зацікавленим особам чи групам використовується метод фінансового стимулювання посадовців)[3]. Натомість, критики цієї точки зору різко розмежують лобізм і корупцію на понятійному рівні, вказуючи, що перший є легальною, на відміну від другої, технологією впливу і носить професійний характер.

Правовий підхід (А. Любімов, Д. МакГенрі, В. Нестерович, Дж. Фергюсон та ін.)[6] оформився внаслідок актуалізації необхідності законодавчого закріплення інституту лобізму в рамках правової системи держави. Йому властиве акцентування уваги на легітимності лобіювання, тоді як останнє тут розглядається як спосіб реалізації конституційного права громадян звертатися до органів державної влади.

Економічний підхід (А. Артемов, П. Толстих)[10] передбачає аналіз феномена лобізму з точки зору економічної парадигми, тобто в аспекті економічної ефективності лобістських функцій. За цією логікою, лобізм – це діяльність спеціально уповноважених працівників чи представників корпорацій, яка має на меті підвищення сукупної прибутковості й забезпечення сталого розвитку бізнесу шляхом вибудови комфортної довгострокової системи взаємин із пріоритетними для цих корпорацій політичними стейкхолдерами регіонального і національного рівнів.

Таким чином, саме така класифікація концептуальних підходів до вивчення лобізму дозволяє по-перше, здійснювати аналіз за одним, спільним критерієм до всіх зазначених підходів, а по-друге, дає змогу охопити всі найважливіші сфери, де присутнє явище «лобізму»

Під «методами лобізму» ми матимемо на увазі певні способи організації лобістської діяльності. Аналіз теоретичних напрацювань показує, що основними критеріями класифікації лобістських методів є: характер взаємодії між акторами, жорсткість і соціальна прийнятність, сфера впливу, спрямованість. Розглянемо їх більш детально.

В основу першої з класифікацій покладено тлумачення лобіювання як комунікативного процесу, змістом якого є взаємодія між множинними акторами (П. Ф. Фельдман) [11]. За цією логікою, виокремимо інфраструктурні методи, які передбачають взаємодію членів лобістської групи між собою та з громадськістю з метою інформаційного забезпечення подальшої лобістської діяльності. До них належать артикуляція інтересів групи, консалтинг, аналіз. А також методи впливу, які передбачають вчинення тиску на органи влади. В свою чергу, методи, що входять до цієї групи, поділяються на прямі, тобто явні, відкриті публічні та непрямі, тобто кулуарні, через третіх осіб.

В основу другої класифікації методів лобізму нами покладено такі критерії як ступінь жорсткості та соціальна прийнятність наслідків застосування певних методів[1]. За цією логікою, виокремимо три групи методів: соціально-прийнятні, або «цивілізовані»(надання інформації з питань порядку денного; персональні контакти з

представниками влади; участь в обговоренні представниками влади лобійованих питань; експертиза законодавчих проєктів; створення громадських рад та асоціацій, GR-відділів; формування суспільної думки); прикордонні (щодо яких відсутні однозначні критерії: неформальні контакти з представниками владних структур, кадрові призначення); кримінальні (такі, що передбачають відкритий тиск: підкуп, шантаж, шахрайство, корупцію, обман, погрози).

Третя класифікація методів лобізму розподіляє їх за сферами впливу, вирізняючи державну (національні), корпоративну, галузеву, профспілкову та громадську сфери. Четверта класифікація проводить розподіл за об'єктами лобіювання, виокремлюючи методи глобального, національного та регіонального впливу[3]. Також, у рамках п'ятої класифікації, можна розподілити методи лобізму на вертикальні (спрямовані на президента та його радників) і горизонтальні (орієнтовані на лідерів суспільної думки)[9].

Останнім кроком дослідження є з'ясування ролі методології у дослідженні лобізму. На нашу думку, методологія дослідження лобізму призначена для встановлення логічних зв'язків між теорією та практикою, тобто між концептуальними підходами до вивчення цього феномена та методами лобіювання. Відповідно, вибір методологічних складових враховує особливості як підходів до визначення сутності об'єкта дослідження, так і його реалізації на практиці. А до таких складових належать категорії та поняття, підходи, прийоми та методи.

Висновки. Отже, в ході дослідження було уточнено терміни «лобізм» і «методологія дослідження». Під лобізмом слід розуміти, по-перше, політичне явище, змістом якого є відстоювання важливих суспільних інтересів шляхом впливу представників груп інтересів на органи державної влади і, по-друге, власне процес такого цілеспрямованого впливу. Під методологією дослідження варто розуміти, по-перше, вчення про системну організацію наукової діяльності за допомогою визначених засобів, форм та методів і, по-друге, саму систему методів, форм та засобів, за допомогою яких організовується науково-дослідницька діяльність. При розробці методології дослідження лобізму слід враховувати як її завдання, так і специфіку, яка випливає з її об'єкта. У контексті проблематики цієї статті завданням дослідницької методології є встановлення логічних зв'язків між концептуальними підходами до вивчення лобізму та методами лобіювання з метою розкриття сутності цього феномена. Стосовно першого з цих методологічних аспектів нами було окреслено такі основні концептуальні підходи до розуміння сутності лобізму як політологічний, правовий, економічний. Другий аспект враховує базові критерії класифікації методів лобізму, такі як характер взаємодії між акторами, жорсткість і соціальна прийнятність, сфера впливу та спрямованість лобіювання. Зв'язки між двома вказаними методологічними аспектами дослідження лобізму забезпечуються такими методологічними складовими як категорії та поняття, загальнонаукові підходи, прийоми та методи. Врахування вказаної методологічної специфіки дослідження лобізму забезпечує правильне його розуміння та закладає можливості для контролю і вдосконалення інституту лобізму, що актуально на теренах сучасної України.

1. Богиня Т. Ю. Інститут лобізму: сутність, методи та функції / Т. Ю. Богиня // Держава і право. Юридичні і політичні науки. – 2013. – Вип. 60. – С. 546-553.

2. Бризіцький М. І. Правовий механізм лобіювання: загальнотеоретична та порівняльно-правова характеристика [Текст]: дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.01 / Максим Ігорович Бризіцький; Львів. нац. ун-т ім. Івана Франка. – Львів, 2017. – 215 с.

3. Газізов М. М. Концептуальні підходи до дослідження феномена лобізму [Електронний ресурс] / М. М. Газізов. // Державне будівництво. – 2015. – № 1. – Режим доступу: <http://www.kbuapa.kharkov.ua/e-book/db/2015-1/doc/4/05.pdf>
4. Каневский П. С. Сравнительный анализ моделей лоббизма: теоретические и методологические вопросы изучения групп интересов в политике / П. С. Каневский // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 18. Социология и политология. – 2018. – Т. 24. – № 2. – С. 75-94.
5. Лись М. В. Лобізм як політична технологія: інституціоналізація В Україні [Електронний ресурс] / М. В. Лись // Електронний журнал «Правова просвіта». – 2017. – №11. – Режим доступу: http://www.pravo.nayka.com.ua/pdf/11_2017/4.pdf
6. Нестерович В. Ф. Конституційно-правові засади інституту лобіювання: зарубіжний досвід та перспективи для України : монографія. - Луганськ : РВВ ЛДУВС ім. Е. О. Дідоренка, 2010. - 752 с.
7. Почепцов Г. Г. Паблік рилейшнз для професіоналов / Г. Г. Почепцов. – М.: Рефл-бук, 2000. – 622 с.
8. Рачинська М. П. Концепції теоретичної ідентифікації лобізму в сучасній західноєвропейській науці/ М. П. Рачинська // Вісник НАДУ при Президентові України (Серія «Державне управління»). – №1. – 2017. – С. 42-50.
9. Тихомирова Є.Б. Зв'язки з громадськістю: Навчальний посібник. – Київ: НМЦВО, 2001 – 560 с.
10. Трофименко А. В. Концептуальні підходи до розуміння лобізму / А. В. Трофименко // Вісник Маріупольського державного університету. Серія: Історія. Політологія. – 2014. – Вип. 10. – С. 112-123.
11. Фельдман П. Я. До питання про класифікацію лобістських технологій [Електронний ресурс] / Павло Якович Фельдман // GR в Україні. –2016. – Режим доступу: <http://www.kuluar.com.ua/2016/03/25/do-pytannya-pro-klasyfikatsiyu-lobistskykh-tehnolohij/>
12. Шестакова О. Информационный лоббизм как особый тип коммуникативных связей / О. Шестакова // Власть. – 2008. – № 11. – С. 98-101.

References

1. Bohynia, T. Yu. (2013), “Instytut lobizmu: sutnist, metody ta funktsii Derzhava i pravo”, *Yurydychni i politychni nauky*, No. 60 pp. 546-553
2. Bryzitskyi, M. I. (2017), *Pravovy mekhanizm lobiiuvannia: zahalnoteoretychna ta porivnialno-pravova kharakterystyka*. Lviv. nats. un-t im. Ivana Franka.
3. Hazizov, M. M. (2015) *Kontseptualni pidkhody do doslidzhennia fenomena lobizmu*. [online] Derzhavne budivnytstvo. No. 1. Available from <http://www.kbuapa.kharkov.ua/e-book/db/2015-1/doc/4/05.pdf> [Accessed 15 June 2019].
4. Kanevskiy, P. S. (2018), “Sravnitelnyy analiz modeley lobbizma: teoreticheskie i metodologicheskie voprosy izucheniya grupp interesov v politike”, *Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 18. Sotsiologiya i politologiya*, Vol. 24 No. 2 pp. 75-94
5. Lys, M. V. (2017) *Lobizm yak politychna tekhnolohiia: instytutsionalizatsiia V Ukraini*. [online] Elektronnyi zhurnal «Pravova prosvita». No.11. Available from http://www.pravo.nayka.com.ua/pdf/11_2017/4.pdf [Accessed 8 August 2019].
6. Nesterovych V.F. *Konstytutsiyno-pravovi zasady instytutu lobiiyvannya: zarubizhnyi dosvis ta perspektyvy dlya Ukrainy: monohrafia*. – Luhansk: RVV LDUVS im. E.O. Didorenka, 2010. - 752.
7. Pocheptsov, G. G. (2000), *Pablik rileyshnz dlya professionalov*. Refl-buk.
8. Rachynska, M. P. (2017), “Kontseptsii teoretychnoi identyfikatsii lobizmu v suchasni zakhidnoevropeiskii nauksi”, *Visnyk NADU pry Prezydentovi Ukrainy (Serii «Derzhavne upravlinnia»)*, No. 1 pp. 42-50
9. Tyhomyrova E.B. *Zviazky z hromadskistiy: navchalnyi posibnyk*. – Kyiv: NMZVO, 2001 – 560 с.
10. Trofymenko, A. V. (2014), “Kontseptualni pidkhody do rozuminnia lobizmu”, *Visnyk Mariupolskoho derzhavnoho universytetu. Serii: Istoriia. Politolohiia*, No. 10 pp. 112-123

11. Feldman, P. Ya. (2016) *Do pytannia pro klasyfikatsiiu lobistskykh tekhnolohii*. [online] GR v Ukraini. Available from <http://www.kuluar.com.ua/2016/03/25/do-pytannya-pro-klasyfikatsiyu-lobistskyh-tehnolohij/> [Accessed 21 July 2019].
12. Shestakova, O. (2008), “Informatsionny lobbizm kak osobyy tip kommunikativnykh svyazey”, *Vlast*, No. 11 pp. 98-101

Chornopyskyi Vasyl Methodological features of lobbying research

The article deals with the problem of methodological features of lobbying research, arising from conceptual approaches to the research of this phenomenon and from the principles that are fundamental to the methods of lobbying. The terms “lobbying” and “methodology of research ” have been clarified. The tasks and specifics of the methodology of lobbying research, determined by its object, are defined. It considered the key aspects of the methodology of this phenomenon research - conceptual research approaches and methods of lobbying. The basic conceptual approaches to understanding the essence of lobbying are outlined. The basic criteria for the classification of lobbying methods are defined and the corresponding classifications are considered. It is established that the main components of the methodology provide links between the two specified methodological aspects. It is concluded that taking into account the methodological specificity of lobbying research provides its correct understanding and opportunities for control and improvement of the Institute of Lobbying.

Keywords: *power, influence, lobbying, the methodology of research, interest groups.*