

КОНЦЕПТУАЛІЗАЦІЯ ФЕНОМЕНА ПОЛІТИЧНОГО ЛОБІЗМУ В ІСТОРИЧНІЙ ГЕНЕЗИ

CONCEPTUALIZATION OF PHENOMENON OF POLITICAL LOBBYING IN HISTORICAL GENESIS

Годний С.П.,

здобувач кафедри політичних наук

Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова

У статті досліджується політичний лобізм як політичне, економічне та суспільне явище. Простежується історична генеза його розвитку й інституціалізації. Визначається, що сьогодні лобізм є не лише одним із головних механізмів розроблення та прийняття політичних рішень, а й значною дієвою силою впливу на органи державної влади.

Ключові слова: лобізм, лобіювання, групи тиску, культура політичного лобіювання, олігархоніміка.

В статье исследуется политический лоббизм как политическое, экономическое и общественное явление. Прослеживается исторический генезис его развития и институциализации. Определяется, что сегодня лоббизм выступает не только одним из главных механизмов разработки и принятия политических решений, но и существенной силой воздействия на органы государственной власти.

Ключевые слова: лоббизм, лоббирование, группы давления, культура политического лоббирования, олигархонимика.

The article investigates political lobbying as a political, economic and social phenomenon. The historical genesis of its development and institutionalization are followed. It is determined that today lobbyism is not only one of the main mechanisms for the development and adoption of political decisions, but is a significant effective force of influence on state authorities.

Key words: lobbying, lobbying, pressure groups, culture of political lobbying, oligarchonomics.

Постановка проблеми. Для демократичного суспільства лобізм як політичне, економічне та суспільне явище є суттєвим чинником його розвитку. Сьогодні він є не лише одним із головних механізмів розроблення та прийняття політичних рішень, а й значною дієвою силою впливу на органи державної влади [1]. У політичній сфері складно з'ясувати взагалі, чи існують такі політичні рішення, які приймалися б представниками влади без впливу зацікавлених осіб. Варто також говорити про об'єктивну потребу в існуванні лобізму, яка полягає в тому, що держава сама по собі не може достатньою мірою взяти до уваги інтереси різних соціальних верств, прошарків, груп, які утворюють суспільство.

Отже, загалом лобізм можна визначити як систему та практику реалізації інтересів різних груп громадян, специфічний інститут політичної системи, що визначає механізм впливу приватних чи суспільних організацій (політичних партій, корпорацій, союзів тощо) на прийняття рішень парламентом [2, с. 39]. Однак, попри таке визначення, науковці налічують ще близько 30 інших, які розкривають суть лобізму [3]. Підвищення ролі лобізму в суспільстві сьогодні змінює вектор трансформації демократії від громадянського представництва до представництва інтересів. Однак це також об'єктивний процес, зумовлений появою досить впливових агентів політичного поля – груп інтересів [4, с. 93].

Ці та інші чинники дають змогу говорити про подальшу актуальність дослідження тематики політичного лобіювання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Серед базових праць, які стосуються теоретичних і прикладних проблем лобізму, взаємозв'язку державної політики та груп тиску, діяльності лобі-груп у політичних і законодавчих структурах на національному й наднаціональному рівнях, можна виокремити дослідження загальних проблем лобізму (Б. Вулпа, Б. Левіна, С. Томсона, С. Джона, Л. Зеттера, Е. Ноунса, Дж. Мітчела та інших авторів), класичні праці та концептуальні розробки теорії груп тиску (Г. Алмонда, Дж. Пауелла, Р. Доуза, Е. Саютка, П. Херрінга, Х. Чаялда, Е. Шатснейдера, А. Бентлі, Д. Трумена), наукові розвідки щодо окремих аспектів лобізму та євролобізму (Е. Латама, А. Сіглера, Б. Луміса, Е. Каміс, Дж. Беррі, К. Віллокса, Ф. Фарнела, В. Бьорисзена, Х. Лауфера, І. Сімона, У. Курчевської, Дж. Річардсона, Д. Коена та інших учених), наукові дослідження щодо інституціалізації лобізму (С. Ейнсворта, К. Хьюла, Р. Гайера, Д. Ласела, С. Хардена та інших авторів).

Наукові дослідження російської політологічної школи з проблем лобізму доповнюються монографічними працями, публікаціями теоретичного й прикладного характеру (О. Автономова, І. Альшиної, О. Барвіна, О. Бобрової, О. Борєва, І. Бусигіної, Т. Виноградової, Є. Зверєва, М. Іванова, Є. Махортова, І. Мінтусова, Є. Мінченка,

П. Толстих та інших учених), які присвячено сучасному стану лобіювання в Росії та становленню інституту лобіювання як впливового чинника ухвалення політичних рішень.

Феномен лобізму знаходить часткове та загальне сутнісне відображення в працях відомих українських фахівців, зокрема В. Андрущенко, В. Бебика, Л. Губерського, Ф. Кирилюка, В. Королька, В. Корнієнка, О. Лісничука, Є. Макаренко, М. Михальченка, М. Обушного, Г. Почепцова, І. Рейтеровича, С. Телешуна, В. Терещука, Є. Тихомирової, М. Хилька, О. Шевченко та інших.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Аналіз наукових досліджень вказує на те, що вони переважно базуються або на соціологічному, або на юридико-правовому методах аналізу проблеми. Отже, це свідчить про те, що феномен лобізму в політичній науці цілком не вивчений, а його багатогранність відкриває нові перспективи для наукового дослідження. Водночас аналіз вітчизняної й зарубіжної наукової думки свідчить про фрагментарність досліджень культури політичного лобіювання, морально-етичних основ процесу лобіювання, тому розгляд базових засад зазначеної наукової проблеми варто вважати важливим як для вітчизняної політології, так і для політичної діяльності держави й суспільства.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). З огляду на досить суттєвий науковий доробок і практичні проблеми щодо правового оформлення лобізму у вітчизняній політичній практиці метою статті є дослідження феномена політичного лобіювання в зарубіжній практиці, його концептуалізація, розуміння сутності, виявлення характерних особливостей у процесі історичного розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Простежуючи генезу розвитку лобізму як суспільного явища, варто зазначити, що ще в Стародавньому Єгипті купці або торговці перебували в тісній взаємодії з важливими чиновниками, швидко набували вагомості та багатіли. З розвитком суспільства влада змінювалася, з'явилися також нові форми підприємництва. Як зазначають дослідники корпоративного лобізму А. Берлін та Г. Грігор, явище, за якого господарюючі суб'єкти впливають у своїх інтересах на владу, лише розвинулося й посилювалося, і тільки через п'ять тисяч років воно отримало назву «лобізм» [5].

У Стародавньому Римі цим словом називали проходи, криті галереї [6, с. 171]. У певному сенсі одним із перших лобістів можна вважати Іоанна Хрестителя, який «ходив по всій околиці йорданській, проповідуючи покаєння на прощення гріхів, як писано в книзі віщувань пророка Ісаї: «Голос вопіючого в пустині: готуйте путь Господню, вирівняйте стежки його. Кожна долина заповниться, кожна гора й горб знизиться, нерівне

вирівняється, дороги вибоїсті стануть гладкі <...>» [7].

З 1553 р. поняття «лобізм» вживалося для позначення прогулянкового майданчика в монастирі [8]. Свого часу Т. Гоббс та Ж.-Ж. Руссо також говорили про вплив на прийняття політичних рішень із боку приватних інтересів і загалом розглядали явище лобізму вкрай негативно. У XVII ст. в Англії словом «lobby» («кулуари») позначався коридор перед залом засідань, до якого виходили члени англійського парламенту для прогулянок перед голосуванням.

Витоки лобізму в Новий час пов'язують зі становленням парламентаризму. Проте, на думку деяких науковців, більш логічно пов'язувати появу лобізму як явища політичного життя із зародженням корпорацій, які почали з'являтися ще задовго до виникнення перших парламентів, оскільки вони, власне, і з'являлися як механізм реалізації інтересів різних корпоративних груп [9].

Проте становлення лобізму як явища суспільно-політичного життя відбулося в США, саме там право громадян апелювати до уряду для виправлення несправедливості було вперше закріплене в конституції. У США феномен лобізму набув політичного відтінку, а під терміном «лобіювання» стали розуміти купівлю голосів за гроші в конгресі. За легендою, «захисники» інтересів тих чи інших політичних сил або фінансових груп вийшли на авансцену життя Нового Світу разом із формуванням американської нації, тобто в останній третині XVIII ст. [10, с. 59]. Свій класичний зміст термін «лобізм» отримав за часів 18-го президента США У.С. Гранта (1869–1877 рр.). Пов'язано це з тим, що багато свого часу президент проводив у готелі «Віллард». Під час перебування У.С. Гранта в президентському номері в коридорі готелю збиралися люди, які бажали зустрітися з президентом для вирішення різноманітних питань, від особистих до державних. Таким способом у політичну термінологію ввійшло слово «лобіст» (з англ. lobby – «коридор»).

Однак становлення професійного лобізму почалося лише в 1860-і рр., коли відсутність згоди між північними та південними штатами призвела до кровопролитної громадянської війни. Народився сучасний тип лобіста – майже самостійного тіншового політика, нерозривно пов'язаного з владою, причому породила його сама влада. Першим таким лобістом був Т. Уїд – редактор республіканського видання «Albany Evening Journal», який мав широкі зв'язки в нью-йоркському політичному бомонді, а головне – товаришував із президентом США А. Лінкольном [11].

До початку 1870-х рр. лобізм розвивався хаотично. У 1979 р. американські лобісти об'єдналися у свою лігу. Основним її завданням є утвердження професії лобіста як самостійної, що володіє влас-

ним змістом, необхідність зробити її загально визнаною, підняти її престиж у громадській думці, пропагувати її роль і значення в процесі вироблення та прийняття рішень органами державної влади. Факт створення професійної спілки лобістів – показник того, що в США лобізм до цього часу оформився як політичний інститут.

За часів царської Росії також можна спостерігати факти застосування лобізму як політичного інструменту. У лобізму в Росії існують певні коріння. Російський науковець А. Любимов зазначає, що на межі XIX – XX ст. існувала низка інститутів, через які здійснювалися певні «лобістські операції»: торгові з'їзди, підприємницькі союзи, дорадчі організації, біржі [12, с. 16–19].

У політичній системі радянського періоду існував складний збалансований механізм прийняття рішень. Уже на початку XX ст. депутати Державної Думи Росії досить успішно освоїли практику лобіювання інтересів тих губерній, від яких були обрані. При цьому «депутатська допомога» далеко не завжди була безкорисливою, особливо коли йшлося про лобіювання інтересів тодішніх бізнес-структур. Існувала складна й збалансована система лобіювання, яка включала в себе галузеву, регіональну та корпоративну (союзи композиторів, письменників, художників тощо) мережу лобістів. Вона замикалася на вертикально вибудованій системі центральних комітетів союзних республік, крайкомів, обкомів і райкомів партії [13].

З кінця 1980-х рр. лобістська діяльність швидко набирала обертів. Однак, незважаючи на достатність доказів присутності в політичній системі СРСР лобізму, ні влада, ні офіційна наука його не визнавали. Переважно згадки науковців того періоду про поняття лобізму мали негативний характер, вони пояснювали його як негативне явище суспільно-політичного життя суспільства.

В Україні, як молодій державі, почався процес формування нової державної еліти, у якому явище лобізму мало свої унікальні форми. Особливість сучасного періоду в Україні полягає в інтенсифікації лобістської діяльності на всіх рівнях. З'явився термін «олігархоніміка» (олігархічна економіка, від грец. oligarchial – «влада небагатьох», oikos – «дій» та voicos – «закон»). Це своєрідна форма організаційного зв'язку олігархічного прошарку суспіль-

ства з його економікою (у тому числі завдяки лобіюванню економічних інтересів олігархів), який формується за межами ринкових механізмів і призводить до руйнації країни. Базовим живильним середовищем олігархії є паразитування в економічному організмі країни. Олігархічні організовані політичні групи навіть не потребують держави як соціального регулятора, їм потрібна влада лише задля власного розвитку. Тому українську олігархію відносять до карнавального-паразитарного типу. А основним механізмом взаємодії влади та великого бізнесу сьогодні, на жаль, залишається корупційна рента [14, с. 248].

Висновки та перспективи подальших розвідок у цьому напрямі. Отже, дискусійні моменти щодо цього феномена наявні й нині, стосуючись загалом таких аспектів:

- визначення суб'єктів лобізму, які, залишаючись невідомими, проводять власну латентну діяльність, проте вирішують «потрібні» питання через зовнішню поведінку так званих груп тиску;
- визначення правових меж застосування лобістської діяльності, які, хоч і не чітко прописані, припускають різноманітні форми цієї діяльності, що суперечать усталеним у суспільстві моральним принципам і нормам;
- визначення критеріїв демаркації політичних і галузевих інтересів, засобом захисту яких вважається лобіювання;
- розуміння методології ідентифікації політичних дій як лобістських та статусу лобіювання як політологічної проблеми;
- відповіді на питання про те, якою мірою зарубіжна практика лобіювання може бути застосована в умовах українського суспільства;
- свідомісно-морального навантаження на термін «лобізм» (від цілковито негативного ставлення до нього до позитивного). Останнє перебуває в річищі еволюції політичної свідомості громадян України, що пов'язано з відомим переходом від підданської до активістської політичної культури та утвердженням реальних демократичних принципів життєдіяльності суспільства.

Розкриття поставлених питань може служити перспективним аспектом подальших досліджень феномена політичного лобізму як у зарубіжній, так і у вітчизняній політичній науці.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Корнієнко В., Годний С. Лобіювання як засіб реалізації політичних інтересів. Innovative solutions in modern science. Dubai: ТК "Meganom", 2017. № 1(10). Р. 19–25.
2. Большойэнциклопедическийсловарь. URL: http://www.announcement.ru/enc_letter/bse_590_36142_367_1.html (дата обращения: 10.07.2018).
3. Недюха М., Федорін М. Лобізм як соціально-політичний феномен: сутність і засоби впливу. Віче. 2010. № 3. URL: <http://www.viche.info/journal/1857/> (дата звернення: 10.07.2018).
4. Корнієнко В., Годний С. Комунікативний потенціал лобіфеномену в сучасній українській політиці. Вісник Донецького національного університету. Серія «Політичні науки». 2016. № 1. С. 92–95.

5. Берлин А., Григор Г. Корпоративный лоббизм: теория и практика. Российский экономический журнал. 2005. № 9–10. С. 94–96.
6. Віннічук О. Інституційний дизайн лобізму в умовах демократії. Філософія і політологія в контексті сучасної культури. 2014. Вип. 8. С. 171–174.
7. Святе письмо / пер. І. Хоменка. URL: <http://bibliya.in.ua/index.php/site/knyha?k=luk#r3> (дата звернення: 11.07.2018).
8. Денисюк А. Громадський лобізм в Україні: проблеми і перспективи розвитку. Гілея: науковий вісник / гол. ред. В. Вашкевич. К.: Гілея, 2015. Вип. 102(11). С. 403–405.
9. Бинецкий А. Лоббизм в современном мире. М.: ТЕИС, 2004. 247 с.
10. Малько А. Лоббизм. Общественные науки и современность. 1995. № 4. С. 58–65.
11. Новиков К. Коридорные власти. Коммерсантъ. 2006. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/646817> (дата обращения: 12.07.2018).
12. Любимов А. История лоббизма в России. М.: Фонд «Либеральная миссия», 2005. 208 с.
13. Перегудов С., Семенов И. Лоббизм в политической системе России. Мировая экономика и международные отношения. 1996. № 9. С. 28–43.
14. Корнієнко В. Олігархоніміка. Політична лексика сучасного українського політика і громадянина: енциклопедичний словник-довідник / І. Алексєєнко, О. Романюк, М. Школяр та ін.; укл. В. Піча; наук. ред. Л. Климанської, Я. Турчин, Н. Хоми. Львів: Вид. фірма «Магнолія 2006», 2017. С. 248.