

умови, встановлені в даному вищому навчальному закладі для розробки крос-культурної взаємодії, допомагають студентам, які закінчили середню школу, засвоїти демократичні цінності і активно брати участь в розробці та експлуатації різних елементів громадянського суспільства в нашій країні. Цьому сприяє унікальна модель міжнародних відносин, розроблена цим українським університетом, що сприяє як його інтеграції, так і інтеграції різноманітних організацій, які діють при університеті, в систему глобального громадянського суспільства.

В Маріупольському державному університеті створено атмосферу толерантності, творчості та ідей, вищий навчальний заклад організував належні умови для реалізації та розвитку інтелектуального, культурного, духовного і творчого потенціалу кожного студента та студентських організацій сучасного типу. Студенти, які навчаються в університеті, отримують не тільки професійні знання. Маріупольський державний університет сприяє вступу молоді в міжнародне культурний простір, і це дозволяє студентству дізнатися більше про культурні цінностей різних суспільств.

Ключові слова: глобалізація, вищий навчальний заклад, крос-культурний обмін, громадянське суспільство, Маріупольський державний університет.

РЕЦЕНЗЕНТИ: Трофименко М.В., к.політ.н, доц.; Войналович В.А., д.політ.н, проф.

УДК 328.184

А.В. Трофименко

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПІДХОДИ ДО РОЗУМІННЯ ЛОБІЗМУ

У роботі автор досліджує теоретичні підходи дослідників до визначення поняття «лобізм», його ролі та місця в політичній системі країни. Представлено етимологію терміна «лобізм». Автором надано власну класифікацію концептуальних підходів до розвитку лобізму, серед яких політологічний, правовий, економічний підходи, а також підходи, що розглядають лобізм як частину «наблік рілейшнз» і як окремий вид професійної діяльності. У статті автор запропонував власне визначення поняття «лобізм».

Ключові слова: лобізм, лобіювання, *advocacy*, *PR (public relations)*, групи інтересів, політична комунікація, інформаційний лобізм, *PA (public affairs)*, *GR (government relations)*, *GPR (government public relations)*, *GR-specialism*.

Лобізм є одним з важливих суспільно-політичних інститутів сучасних демократичних політичних систем, проте на сьогодні не існує єдиного наукового підходу до розуміння самого поняття «лобізм». У вітчизняних та зарубіжних наукових колах існують різні, а іноді й протилежні, точки зору щодо сутності явища лобізму, його інституціоналізації та суспільного значення. Це обумовлено тим, що власне феномен лобізму існує в оточенні великого кола суміжних понять, його прояви відрізняються залежно від політичних систем, він є результатом конкретної практики професійної комунікації з державними органами в різних сферах діяльності. Усе це робить неможливим однозначне трактування лобізму як політичного феномену.

Об'єктом даного дослідження є лобізм, предметом – теоретичні підходи дослідників різних галузей науки до розуміння феномену лобізму, того місця, що він займає в політичній системі держави. Наявність різних точок зору на явище лобізму, його некоректне висвітлення засобами масової інформації суттєво деформували розуміння справжньої сутності цього феномену як ефективного політичного інституту, що забезпечує взаємодію суспільства та влади, дозволяє членам суспільства долучитися до процесу ухвалення рішень та розробки політики. Тому метою статті є висвітлення концептуальних підходів до розуміння лобізму для науково-теоретичного уточнення його сутності.

Теоретико-методологічній розробці проблематики лобізму присвячено низку праць вітчизняних та закордонних дослідників. Серед вітчизняних дослідників слід відзначити праці Ю. Зушика, П. Кислого та Ч. Вайза, М. Лопати, В. Нестеровича, В. Сумської, Є. Тихомирової, А. Одінцової, О. Гросфельд, Р. Мацкевича та інших. Актуальна тема лобізму і в російських наукових колах, дослідженню лобізму присвячені роботи О. Любімова, О. Автономова, П. Толстих, П. Фельдмана, О. Шестакової та багатьох інших науковців.

Терміни «лобізм» та «лобіювання» мають досить довгу історію, вони є похідним від англійського слова «lobby» («коридор»), яке у середині XVI ст. використовувалося для позначення місць для прогулянок в монастирях, а вже в середині XVII ст. їм стали називати приміщення для прогулянок в англійській палаті общин.

Політичний відтінок слово набуло наприкінці XVIII ст. в Сполучених Штатах Америки. Перша поправка Конституції США, що декларує право громадян звертатися до уряду з петиціями, вперше заклала основу для розвитку явища через систему правових норм. У 1808 році слово «лобі» було вперше зафіксовано в протоколах Конгресу США. Під цим поняттям розуміли місце, де зацікавлені особи мали змогу донести свою позицію до членів Палати представників та сенаторів. Цим місцем виступали холи та коридори, адже вхід приватним особам до зал засідань був заборонений, а самі особи визначалися як «лобісти» (lobbyists). За іншою версією, розповсюдження терміну «лобі» пов'язане з холлом готелю «Віллард» у Вашингтоні, де на рубежі XVIII – XIX ст.ст. зупинялися парламентарії, що приїжджали на сесію. Саме у вестибюлі цього готелю, особи мали змогу донести свою позицію щодо ухвалення того чи іншого закону [25].

До початку XX ст. лобізм був невіддільним від корупції, засновувався на фаворитизмі, не носив професійний характер. У 1862 р. у США на базі лексеми «лобі» виникає поняття «лобіювання» (lobbying), у 1863 р. – «лобіст» (lobbyist) та у 1883 р. – «лобізм» (lobbyism), які упродовж другої половини XIX ст. вживалися для позначення різновиду корупційних діянь та їх суб'єктів.

З розвитком партій та ростом повноважень представницьких органів влади, які переймали законодавчі функції і автоматично ставали основними регуляторами економічного життя суспільства, формувався новий тип відносин між владою та підприємцями. Ці відносини характеризувалися переходом від прямого лобіювання інтересів на рівні індивідуальних контактів (за часів абсолютистських монархій) до опосередкованого за участю парламентських посередників [10].

У англійському суспільстві більшого поширення як базового терміну отримала категорія «лобіювання», яка починаючи з кінця XIX – початку XX ст. набуває нового значення та вживається у якості легітимної форми впливу на владу. У російськомовних та українськомовних дослідженнях, як правило, одночасно використовуються терміни «лобізм» та «лобіювання». Деякі дослідники не розрізняють ці поняття, вживаючи їх як рівнозначні. У той же час, більшість авторів розділяють їх сутність, говорячи про

лобізм в контексті системи, інституту, а про лобіювання – у контексті діяльності, процесу [8].

Сьогодні лобізм є невід'ємною частиною політичної реальності, а сам термін «лобізм» увійшов до закордонного та вітчизняного політологічного дискурсу. У наукових колах поступово сформувався перелік теоретичних концепцій, що розкривають сутність цього поняття крізь призму взаємодії держави та суспільства, впливу на процес ухвалення державних рішень. Термінологічна інтерпретація лобізму досить широка, відрізняється за аспектами та рисами лобізму, на яких зосереджуються дослідники, за використаними підходами авторів.

У широкому сенсі під лобізмом розуміється будь-яка діяльність громадян, суспільних груп, асоціацій бізнесу, партій та інших організованих об'єднань, спрямована на державні органи влади з метою просування власних інтересів. При цьому лобізм також включає діяльність владних суб'єктів, спрямовану на просування своїх корпоративних інтересів, отримання владних преференцій. У такому трактуванні лобізм фактично дорівнюється до терміну «advocacy» (в перекладі з англійської мови – активний публічний захист, підтримка, пропаганда поглядів та позицій), який також означає організацію контактів з метою просування інтересів, проте мова йде про контакти не тільки через органи державної влади, але й через будь-які суспільні та комерційні організації, політичні партії, впливових осіб тощо [13].

Прибічники іншого підходу виступають проти такого широкого тлумачення лобізму через необґрунтоване розширення кола учасників лобістської діяльності. На їх думку, вищенаведене визначення не відображає специфіки лобізму, робить можливим використання цього терміну при означенні будь-якої комунікації з метою відстоювання інтересів.

Цієї точки зору дотримується і російський вчений А. Артамонов, який вважає помилковим прираховувати до лобістів партії, депутатські групи, державних посадовців тощо. У роботі «Азбука лобіювання» він пропонує чітко визначити лобізм як дію представників недержавних організацій у ході контактів з представниками державних органів і органів місцевого самоврядування з метою домогтися ухвалення (чи не ухвалення) органами влади рішень згідно інтересів спеціальних груп, що виражають указані організації [4, с. 13].

Крім цих двох підходів до тлумачення «лобізму» існує ще великий перелік різноманітних класифікацій. Наприклад, на думку російського дослідника К. Кісельова, існує два основних підходи до розуміння сутності лобізму. Прихильники першого підходу розуміють лобізм як діяльність суб'єктів, що впливають на інститути державної влади з метою ухвалення чи не ухвалення рішень у їх інтересах. За другим підходом, лобізм пов'язують виключно з професійною діяльністю з просування інтересів у структурах державної влади. При цьому, перший підхід є більш широким та включає усі визначення, можливі в рамках другого. Правові визначення лобізму здебільшого знаходяться в рамках другого підходу, у той час, коли політологічні та соціальні – в рамках першого [11, с. 67].

У свою чергу, британський експерт К. Куме, проаналізувавши тлумачення «лобізму» західних науковців, визначив, що у західній літературі частіше використовується два визначення лобізму. Перше: лобізм – це реалізація права кожного громадянина звертатися з клопотанням до свого уряду. Друге: лобізм – це професійна діяльність співробітників або спеціальних консультантів, найманих компанією, діловими та професійними асоціаціями, профсоюзами та іншими групами для представництва інтересів цих організацій в процесі формування державної політики [16, с. 14].

Російський дослідник М. Зяблюк, роботи якого присвячені американському лобізму в законодавчих, виконавчих та судових органах влади, виокремив чотири основні групи підходів до розуміння лобізму:

1. У загальноприйнятому сенсі під лобізмом розуміється сукупність засобів та методів впливу на органи державної влади, що застосовуються різними зацікавленими групами з метою домогтися сприятливих для себе рішень.

2. У практичній політиці лобізм використовується також відносно виконавчої та законодавчої влади: коли законопроект уряду зустрічає сильну протидію, уряд змушений вдаватися до лобістських за характером зусиль, щоб домогтися від депутатів потрібного рішення. Проте існує і зворотній процес, коли вже парламент з того чи іншого приводу здійснює тиск на виконавчу владу.

3. Терміни «лобізм» та «лобіст» може використовуватися в вузькому (прямому) та широкому розумінні. Так, у вузькому сенсі лобізм – це професійна діяльність певних організацій або їх співробітників, які постійно чи періодично виступають у ролі лобістів. У широкому сенсі лобістом називають будь-яку посадову особу, президент корпорації чи міністр, якщо вона вдається до дій, що можна кваліфікувати як лобізм.

4. З юридичної точки зору лобістом в США вважається будь-яка особа, зареєстрована в такій якості згідно чинного закону про регулювання лобістської діяльності [5].

У нашій роботі на основі проведеного аналізу наукових джерел ми представили іншу класифікацію підходів до визначення «лобізму». Враховуючи, що теоретична картина лобізму представляє собою міждисциплінарне знання, підходи до розуміння цього поняття ми умовно поділили на наступні групи: політологічний, правовий, економічний, а також підхід, що розглядає лобізм як частину «паблік рілейшнз».

Найбільш цікавим в рамках нашої роботи є **політологічний підхід**. У межах цього підходу дослідники розглядають лобізм в якості невід'ємного елемента політичної системи, що нерозривно пов'язаний з її трансформацією, акцентують увагу на його значенні в процесі ухвалення рішень владними структурами.

У контексті політологічного підходу теоретичні основи явища лобізму були закладені в рамках *теорії груп інтересів*, початок розробки якої відноситься до 20-х років ХХ ст. Теорія груп інтересів була вперше сформульована американським політологом Артуром Бентлі, його робота «Процес управління. Вивчення суспільних тисків» (1908 р.) стала основоположною в розвитку цієї теорії. А. Бентлі стверджував, що основу політичного процесу складають протиріччя та взаємодія зацікавлених груп. Діяльність цих груп дослідник розглядав як процес, що постійно змінюється, у ході якого здійснюється тиск на уряд з метою змусити його підкорятися їх волі. Далі цей підхід отримав підтримку та розвиток в працях Р. Даля, Д. Істона, Г. Ласки та інших.

Теорія груп інтересів розглядає лобізм як елемент системи функціонального представництва. Найбільш однозначним місцем лобізму як елемента цієї системи представляється в рамках концепцій плюралізму, де лобізм розглядається як основний механізм взаємодії груп інтересів та держави, а також як головний спосіб підтримання рівноваги політичної системи та балансу сил у суспільстві [7].

Пік популярності терміна «лобі» у англійській науковій літературі припав на 50-60-ті рр. ХХ ст. Одне з перших визначень новому терміну дав інший дослідник концепції групової участі американський політолог Д. Трумен, на думку якого, лобіювання – це природне право громадян представляти власні інтереси за допомогою лідерів груп впливу.

Більш глибоко ця теорія була розроблена в роботах М. Олсона, Р. Селсбері, які формують теорію функціонування груп інтересів, згідно якої групи, знаходячись у стані постійної конкуренції, висувають певні вимоги один до одного і до влади, держава зі свого боку виконує функцію фільтрування інтересів, пропускаючи інтереси одних груп та затримуючи інтереси інших, керуючись при цьому принципом збереження балансу сил у суспільстві [29].

Такий підхід і сьогодні залишається досить популярним серед дослідників. Так, російський політолог М. Мунтян розглядає лобізм як «форму законного впливу «групи інтересів» на керівні рішення державних органів з метою задоволення інтересів певних соціальних структур (організацій, асоціацій, територіальних утворень, прошарків громадян і т.д.)» [19]. Дослідник Т. Масловська під лобіюванням розуміє процес взаємодії груп інтересів з суб'єктами влади, спрямований на реалізацію групових інтересів при ухваленні рішень. Такі тлумачення лобізму урівнюють суб'єктів лобізму з групами інтересів (тиску), фактично ототожнюючи ці поняття.

У той же час, поряд з теорією груп інтересів, що розглядає лобіювання виключно як процес реалізації групових інтересів шляхом впливу на органи влади, розвивається концепція лобізму як самостійного *інституту політичної системи*, що включає окрему частину політичної сфери життя суспільства і якому притаманні специфічні якості та характеристики. Цей підхід характерний для сучасних дослідників лобізму, які пропонують розглядати лобізм як специфічний політичний інститут, що являє собою механізм впливу індивідів та їх об'єднань на представників державної влади з метою ухвалення чи відхилення певного політичного рішення.

Так, англійський дослідник С. Файнер у своїй роботі «Анонімна імперія» (1958 р.) визначив лобізм як «будь-яку діяльність організацій, що впливають на органи державної влади з метою сприяння власним інтересам, при цьому ці організації, на відміну від партій, не готові самостійно здійснювати безпосередню владу в країні» [23].

Французький науковець Ф. Фарнель у роботі «Лобіювання: стратегії та техніки втручання» (1994 р.) розглядає лобіювання як діяльність, спрямовану на прямий чи непрямий вплив на процес розробки, застосування або тлумачення законодавчих та нормативних актів, а також на будь-які дії чи рішення органів державної влади [28].

Канадський дослідник Пол Просс визначає лобіювання як процес, з допомогою якого індивідууми та їх групи формулюють свої інтереси та проштовхують їх серед посадовців, що приймають рішення, з метою впливу на визначення державної політики [2].

Російські дослідники А. Данков та О. Шомко у роботі «Політична економія лобіювання» під лобіюванням розуміють процес взаємодії груп інтересів з політичними агентами, що відбувається протягом усього електорального циклу, набуває різних форм, спрямований на реалізацію інтересів груп при ухваленні політичних рішень [8].

Українські дослідники П. Кислий та Ч. Вайз у монографії «Становлення парламентаризму в Україні» говорять про процес лобіювання як спробу організацій, окремих громадян вплинути на прийняття чи відхилення закону у парламенті, спираючись на підтримку депутатів, політичних партій, установ та громадськості через засоби масової інформації. Лобісти представляють широкий спектр суспільної діяльності: бізнес, торгівлю, сільське господарство, освіту, науку, медицину, культуру і т.п. [12].

Сьогодні у рамках політологічного підходу поширеним також є дослідження лобізму як одного з *видів політичної комунікації*. У цьому напрямку цікавою є робота російського дослідника О. Шестакової «Інформаційний лобізм як особливий тип комунікативних зв'язків», у якій автор вводить поняття «інформаційний лобізм» –

діяльність груп тиску із здійснення впливу на осіб, що приймають рішення в рамках інститутів державної влади, яка здійснюється шляхом організації комунікативних обмінів між учасниками взаємодії з метою прийняття чи неприйняття певного варіанту рішення на користь зацікавлених осіб. Ураховуючи таке тлумачення, об'єкт лобіювання – державна особа чи державний орган – виступає в якості реципієнта, а суб'єкт лобіювання – власне особа, що здійснює чи намагається здійснити вплив – виступає комунікатором. Тобто лобізм є видом політичної комунікації, спрямований на ухвалення державного рішення в інтересах комунікатора з залученням прямих (зустрічі, консультації, виступи) та непрямих (через ЗМІ) методів передачі політичної інформації реципієнту [30, с. 98].

Британський дослідник Л. Зеттер у своїй роботі «Лобіювання: мистецтво політичного переконання» (2008 р.) також наголошує на комунікативному аспекті лобіювання, пропонуючи розуміти його як «процес спроб здійснити вплив на структури державного управління шляхом інформування громадськості щодо політичних питань, що стоять на порядку денному» [3, с. 30].

Крім розглянутих нами вище політологічних концепцій, що розглядають лобізм як невід'ємний та логічний елемент політичної системи, поширеним сьогодні також залишається підхід до лобізму як до корупційної технології.

Прибічники концепції *ототожнення лобізму і корупції* переконані, що реальний вплив на владу відбувається корупційним шляхом, тобто для ухвалення вигідних рішень владними структурами зацікавлені особи чи їх групи фінансово стимулюють посадовців. Наприклад, російський дослідник професор С. Зяграєвський стверджує, що насправді в усіх цивілізованих країнах лобізм давно розглядається лише як пом'якшуюча форма корупції, і будь-який факт закулісних переговорів вже є приводом для «корупційного скандалу». Він наголошує, що не дивлячись на те, що в лобіста немає прямої особистої матеріальної вигоди, сам факт закулісних переговорів має розцінюватися як особиста вигода, принаймні в формі встановлення певних неформальних відносин, що можуть бути корисними в майбутньому [9].

Доктор юридичних наук, професор А. Міндагулов пише ще більш категорично, що лобізм використовується для означення будь-якої нечесної угоди, лобістська діяльність передбачає досягнення способів, що переслідуються законом, а легалізований лобізм означає узаконення корупції. Він наголошує: «Лобізм заснований на корупції, корупція процвітає там, де діють лобісти» [17].

Критики вказаного підходу намагаються зупинити дискусію про співвідношення корупції та лобізму, розмежовуючи ці явища на понятійному рівні: лобізм – це легальна, на відміну від корупції, технологія впливу.

Таким чином, з огляду на складність явища лобізму, що виступає і як політичний інститут зі складною структурою і набором функцій, і як процес взаємодії суспільства та владних структур, політологічна наука налічує цілу низку різних тлумачень терміну «лобізм». У цілому, незважаючи на те, у площі якої політологічної концепції розглядається феномен лобізму, у рамках політологічного підходу до визначення цього терміну увага зосереджується на впливі індивідів та їх об'єднань на процес прийняття політичних та правових рішень.

З актуалізацією питання про необхідність законодавчого закріплення інституту лобізму в правовій системі держави оформився **правовий підхід** до розуміння цього поняття, для якого характерний акцент на легітимності лобістської діяльності.

Ще у 50-х роках ХХ ст. американські дослідники Дж. Фергюсон та Д. МакГенрі наголошували на необхідності розглядати лобіювання як реалізацію конституційного

права кожного громадянина звертатися із зверненнями до органів державної, здебільшого законодавчої влади [20].

Правове (інституційне) визначення лобізму дав доктор юридичних наук А. Любімов, визначивши лобізм як «сукупність норм, що регулюють взаємодію (участь) громадян, суспільних об'єднань, організацій, що спеціалізуються на лобістській діяльності, та інших суб'єктів правовідносин з органами державної влади та органами місцевого самоврядування для здійснення впливу на прийняття необхідних лобістам рішень» [15].

Досить широке та всеохоплююче визначення лобіювання як юридичної категорії запропонував сучасний український дослідник, кандидат юридичних наук В. Нестерович. Він пропонує визначати поняття «лобіювання» як процес легітимного впливу на чітко визначені законом органи влади, а також на їх посадових і службових осіб з боку зареєстрованих та акредитованих у встановленому порядку осіб з метою закріплення власних інтересів чи інтересів третіх осіб (замовників) у нормативно-правових актах, що приймаються [20].

Проаналізувавши нормативно-правові документи держав, де процес лобіювання регламентовано законодавчо, а також законопроекти країн, де питання законодавчого регулювання лобізму залишається на порядку денному, В. Нестерович виокремив певні предикативні складові у більшості наведених у документах понять лобізму:

- виключно легітимний вплив зацікавлених осіб, які зареєстровані й акредитовані у встановленому порядку на чітко визначені законом органи влади та посадових і службових осіб цих органів;
- виникнення правовідносин між суб'єктом лобіювання та відповідним владним органом;
- результати лобіювання – прийняття чи відхилення на користь зацікавлених осіб певних нормативно-правових актів [20].

Отже, правовий підхід як і політологічний розглядає лобізм як вплив на владних осіб, акцентуючи при цьому виключно на легальних формах лобі-діяльності, що мають бути регламентовані на законодавчому рівні. При цьому правовими нормами мають бути закріплені правові статуси учасників лобі-діяльності, їх права та обов'язки, основні механізми взаємодії лобістів з представниками влади та інші ключові поняття. Законодавчі норми, що регулюють лобістську діяльність, структурують процес представництва інтересів різних акторів в органах державної влади та сприяють легітимації інституту лобізму в суспільстві.

У рамках **економічного підходу** до лобізму дослідники аналізують це явище з точки зору економічної парадигми, оцінюючи економічну ефективність лобістських функцій.

Так, російський дослідник лобізму П. Толстих у своїй роботі «Економічна теорія лобізму: оцінка економічної ефективності» розуміє під лобізмом діяльність спеціально уповноважених співробітників корпорацій, лобістських фірм, що представляють їх інтереси, а також професійних асоціацій, спрямовану на підвищення інтегральної прибутковості та забезпечення стійкого розвитку бізнесу за рахунок вибудови довгострокової, комфортної системи взаємовідносин з профільними для компанії політичними стейкхолдерами федерального та регіонального рівнів [27].

У зрізі цього підходу А. Артемов визначає лобізм як механізм реалізації відносин між державною економічною політикою і суспільною формою управління господарством [5].

Цікавим є підхід до лобізму німецького вченого Клеменса Джуса, який у своїй роботі «Лобізм в новій Європі» розглядає лобістську діяльність як частину

корпоративної комунікації. Корпоративну комунікацію він визначає як управління комунікативним процесом між корпорацією та зовнішнім світом, під час якого відбувається гармонізація загальної концепції діяльності компанії із зовнішнім сприйманням її діяльності (іміджем). Доктор Джус поділяє корпоративну комунікацію на внутрішню (всередині компанії) та зовнішню. Остання, у свою чергу, має чотири напрямки:

- 1) відносини з інвесторами;
- 2) зв'язки з громадськістю (public relations – PR), націлені на зовнішню середу компанії (споживачів, конкурентів та інші компанії), головний канал яких – засоби масової інформації;
- 3) зв'язки з державними установами та громадськими організаціями (public affairs – PA), які можуть розглядатися як частина PR, націлена на розвиток та підтримку конструктивних відносин з обмеженим сектором громадськості: адміністративними органами, політиками, неурядовими організаціями,
- 4) лобіювання або представництво інтересів.

Лобіювання, на думку дослідника, на відміну від PA, націлене виключно на політиків та органи управління, хоча не завжди можна провести межу, де закінчується PA, і починається лобіювання, ключова відмінність полягає в меті діяльності, адже лобіювання націлене на здійснення впливу на певні політичні рішення, а PA – на побудову та підтримку відносин. Автор також виділяє спеціальну форму лобіювання – зв'язки з владними структурами (government relations – GR), якщо лобіювання націлене на певне рішення за короткий строк, то GR є довгостроковою діяльністю з більш структурованим підходом, розробленого для впливу на законодавчу діяльність державного органу, яка починається до розгляду певного законодавчого рішення, а іноді може впливати і на весь процес ухвалення рішень [1].

На відміну від Клеменса Джуса, який чітко розмежує поняття лобізму та PR, розповсюдженим сьогодні залишається підхід до лобіювання **як до складової частини зв'язків з громадськістю (PR)**. Підставою для включення лобізму в сферу PR є той факт, що лобізм є важливим елементом зворотного зв'язку політичної системи, а PR, зі свого боку, є сферою знань, яка вивчає саме зворотний зв'язок різних соціальних структур.

Особливо цей підхід розповсюджений серед американських дослідників, проте останнім часом у вітчизняних наукових колах також з'являються дослідження в його рамках.

Як специфічний вид PR розглядає лобіювання український вчений кандидат філософських наук Тихомирова Є.Б., акцентуючи на зв'язку лобіювання з комунікаціями різних соціальних груп і організацій з представниками влади для захисту своїх інтересів під час прийняття тих чи інших рішень органами державної влади і управління [24].

Український дослідник В. Королько у своїй роботі «Основи публік релейшнз» зазначає, що за своєю сутністю лобіювання забезпечує гласність політичного процесу, робить його передбачуваним, розширює коло учасників політичного життя, обмежуючи всесилля апарату державної влади, виступає інструментом функціонування системи плюралістичної демократії, який розкриває очі законодавцям та державним службовцям на ті наслідки, що можуть мати законодавчі акти та адміністративні розпорядження, які вони приймають [14].

Поряд з таким підходом популярність сьогодні також набуває підхід до лобіювання як до особливої **професійної діяльності** – GPR (government public relations – громадські зв'язки з владними структурами) або більш поширена назва, яка

згадувалася вище – GR. У наукових колах немає одностайного підходу до співвідношення понять «лобізм» та GR. Одна група дослідників не бачить між ними різниці, вважаючи їх ідентичними [18]. Друга група – розглядає лобізм як одну з функцій спеціаліста з GR [21], або як «технологію» GR [6].

Проте низка спеціалістів проводить чітку межу між спеціалістами із зв'язків з органами державної влади (GR-спеціалістами) та лобістами. Так, П.О. Толстих розглядає GR як діяльність спеціально уповноважених співробітників крупних комерційних структур із супроводження діяльності компанії в політичному середовищі. Мета GR – побудувати довгострокову, комфортну, передбачену систему відносин з профільними для компанії політичними стейкхолдерами, на відміну від ключової мети лобізму – досягти конкретного результату в органах державної влади: ухвалення конкретного політичного рішення тощо. Основне завдання GR – запобігати можливим загрозам від діяльності політичних стейкхолдерів та реалізувати потенційні можливості компанії через участь в політичних діях [26].

Російський дослідник А. Сергунін, аналізуючи різницю термінів лобізм та GR, пропонує розглядати GR як сферу загального менеджменту, а лобізм як канал, інтерфейс, інститут суспільства, через який організації прагнуть передати свої рішення. Ключова задача GR-спеціаліста – передбачати можливі проблеми та потенційні можливості з боку органів державної влади та вчасно інформувати керівництво. На думку Сергуніна А.А., виникнення GR як сфери робочої спеціалізації підтверджує тенденцію лобістської діяльності до ускладнення та професіоналізації. Лобісти виконують найбільш складну роль безпосереднього просування інтересів, а GR-менеджери надають їм інформацію, координують та підтримують їх діяльність. GR-менеджери лише новий вид вузькоспеціалізованих експертів, зайнятих у лобістській діяльності на рівні з юристами, психологами, мадіапланерами та іншими людьми [22].

Деякі дослідники проводять межу між лобістами та GR-спеціалістами за місцем їх роботи, стверджуючи, що GR-спеціаліст вбудований в структуру компанії та постійно працює над реалізацією її стратегії відносно органів влади, а лобіст, як правило, залучається на проектній основі, лобіст може надавати свої послуги багатьом клієнтам, у той час як GR-спеціаліст закріплений за однією організацією [22].

Таким чином, у сучасній науці існує велика кількість трактувань, теорій, підходів до визначення вищезазначеного поняття. Враховуючи, що теоретична картина лобізму представляє собою міждисциплінарне знання, ми запропонували класифікувати ці підходи за наступними групами: політологічний (як складова політичної системи та політичної комунікації), правовий (як реалізація конституційного права громадян звертатися до органів державної влади), економічний (акцент на оцінці економічної ефективності лобіювання), підходи, а також підходи, що розглядають лобізм як частину «паблік рілейшнз» (як елемент зворотного зв'язку політичної системи) і як окремих вид професійної діяльності.

На основі досліджених концептуальних підходів до розуміння лобізму можна запропонувати наступне визначення лобізму: це сукупність зусиль індивідів та представників недержавних організацій, спрямованих на здійснення легального впливу на органи державної влади стосовно розробки, застосування, тлумачення нормативних актів та інших політичних рішень з метою реалізації власних інтересів чи інтересів третіх осіб (клієнтів).

Список використаної літератури

1. Joos K. Lobbying in the new Europe [Electronic resource] / K. Joos. — Mode of access : http://www.wiley-vch.de/books/sample/3527505970_c01.pdf.

2. Pross P. Lobbying [Electronic resource] / P. Pross. — Mode of access : <http://www.thecanadianencyclopedia.com/articles/lobbying>.
3. Zetter L. Lobbying: The Art of Political Persuasion [Electronic resource] / L. Zetter. — Mode of access : <http://www.lobbying.ru/Dokuments/Lobbying%20The%20Art%20of%20Political%20Persuasion.pdf>.
4. Автономов А. С. Азбука лоббирования / А. С. Автономов. - М. : Права человека, 2004. — 112 с.
5. Антоненко Т. Ф. Лоббизм. Понятие и способы регулирования [Электронный ресурс] / Т. Ф. Антоненко. — Режим доступа : <http://refdb.ru/look/2641919.html>.
6. Барвин О. Субъекты лоббистской деятельности в США [Электронный ресурс] / О. Барвин. — Режим доступа : http://lobbying.ru/content/sections/articleid_1182_linkid_62.html.
7. Васильева В. М. Лоббизм: проблемы теоретической интерпретации [Электронный ресурс] / В. М. Васильева. — Режим доступа : <http://www.intelros.ru/readroom/mir-i-politika/mir-i-politika-1-2012/14007-lobbizm-problemy-teoreticheskoy-interpretacii.html>.
8. Данков А. Н. Политическая экономия лоббирования [Электронный ресурс] / А. Н. Данков, О. А. Шамко. — Режим доступа : http://www.politlab.org/_aldankov/dankov19.pdf<http://www.twirpx.com/file/853273>.
9. Заграевский С. В. О возможных способах борьбы с коррупцией в России [Электронный ресурс] / С. В. Заграевский. — Режим доступа : <http://www.zagraevsky.com/corruption.htm>.
10. Зущик Ю. Лоббизм в Украине [Электронный ресурс] / Ю. Зущик. — Режим доступа : <http://www.ucipr.kiev.ua/publications/lobbizm-v-ukraine-chastina-i><http://www.twirpx.com/file/853273/>.
11. Киселев К. В. Лоббизм и образование / К. В. Киселев // Университетское управление — 2000. — № 2. — С. 67-73.
12. Кислий П. Становлення парламентаризму в Україні: на тлі світового досвіду [Електронний ресурс] / П. Кислий, Ч. Вайз. — Режим доступу : http://pdp.org.ua/files/stanovlennya_parlamentaryzmu_kyslyi.pdf.
13. Коньшев В. Н. О понятийном аппарате в исследованиях феномена лоббизма [Электронный ресурс] / В. Н. Коньшев, А. А. Сергунин. — Режим доступа : http://journals.kantiana.ru/upload/iblock/706/gnycuovquxpgsc%20mm.%20cg.%20sdzqhziyfaljmrwl%20tr.%20ap.%20_100-107.pdf<http://www.twirpx.com/file/853273>.
14. Королько В. Основы паблик рилейшнз [Электронный ресурс] / В. Королько. — Режим доступа : http://yanko.lib.ru/books/cultur/korolko-pr.htm#_Тос528280072.
15. Лопата М. Лобіювання: світова практика та українські реалії [Електронний ресурс] / М. Лопата. — Режим доступу : <http://postua.info/lopata.htm>.
16. Любимов А. П. История лоббизма в России / А. П. Любимов // М. : Фонд «Либеральная миссия», 2005. — 208 с.
17. Миндагулов А. Х Цивилизованный лоббизм как способ узаконения коррупции [Электронный ресурс] / А. Х. Миндагулов. — Режим доступа : http://www.eurasialaw.ru/index.php?option=com_jcontentplus&view=article&id=1063:-7-26-2010-&catid=154:2010-08-18-06-27-10&Itemid=196.

18. Минченко Е. Н. Современные тенденции в технологиях лоббизма [Электронный ресурс] / Е. Н. Минченко, Н. В. Студеникин. — Режим доступа : http://www.stratagama.org/publications/lobby/item_68.html.

19. Мунтян М. А. Лоббизм и лоббистская деятельность [Электронный ресурс] / М. А. Мунтян. — Режим доступа : <http://www.viperson.ru/data/200710/politiceskiilobbizm.doc>.

20. Нестерович В. Ф. Основні підходи до визначення поняття «лобіювання» [Электронный ресурс] / В. Ф. Нестерович. — Режим доступа : http://archive.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vlduvs/2010_1/10_1_1_6.pdf.

21. Павроз А. В. Government Relations как институт социально-политического взаимодействия [Электронный ресурс] / А. В. Павроз. — Режим доступа : <http://www.politex.info/content/view/138/30>.

22. Сергунин А. А. Об уточнении понятия лоббизма [Электронный ресурс] / А. А. Сергунин. — Режим доступа : <http://www.jurnal.org/articles/2011/polit1.html>.

23. Сумська В. В. Теоретичні підходи до визначення поняття “лобіювання” [Электронный ресурс] / В. В. Сумська. — Режим доступа : <http://www.kbuara.kharkov.ua/e-book/db/2010-2/doc/4/03.pdf>.

24. Тихомирова Є. Лобізм як складова міжнародного PR [Электронный ресурс] / Є. Тихомирова. — Режим доступа : <http://www.politik.org.ua/vid/magcontent.php3?m=1&n=36&c=672>.

25. Толстых А. П. Профессиональный словарь лоббистской деятельности [Электронный ресурс] / П. А. Толстых. // Центр по изучению проблем взаимодействия бизнеса и власти. — 2009. — Режим доступа : http://www.lobbying.ru/dictionary_word.php?id=1.

26. Толстых П. А. Субъектный статус лоббизма и Government Relations [Электронный ресурс] / П. А. Толстых. — Режим доступа : <http://lobbying.ru/Dokuments/VAKTolstykh.pdf>.

27. Толстых П. А. Экономическая теория лоббизма: оценка экономической эффективности [Электронный ресурс] / П. А. Толстых. — Режим доступа : http://journal-s.org/index.php/sisp/article/view/1201326/pdf_4.

28. Фарнель Ф. Ж. Лоббирование : стратегии и техники вмешательства [Электронный ресурс] / Ф. Ж. Фарнель. — Режим доступа : http://www.frankarnel.com/wp-content/uploads/2011/08/lobbying_russian-v.pdf.

29. Фельдман П. Я. Социальный лоббизм: сущность явления и инструменты реализации [Электронный ресурс] / П. Я. Фельдман. — Режим доступа : <http://mir-politika.ru/102-socialnyy-lobbizm-suschnost-yavleniya-i-instrumenty-realizacii.html>.

30 Шестакова О. Информационный лоббизм как особый тип коммуникативных связей / О. Шестакова // Власть. — 2008. — № 11. — С. 98-101.

Стаття надійшла до редакції 09.12.2014.

A. Trofimenko

CONCEPTUAL APPROACHES TO UNDERSTANDING OF “LOBBYISM”

Lobbyism is one of important social and political institutes of modern democratic political systems. Today there is no unique scientific approach to understanding of the concept “lobbyism”. Ukrainian and foreign scientific worlds have different and even opposite points of view to essence of such phenomenon as lobbyism, its institutionalization, and its importance in society. It is caused by the fact, that lobbyism as phenomenon is surrounded by a large number of related concepts, it differs depending on political systems, it is result of particular practice of professional communication with governmental authorities in different

spheres of human activity. All abovementioned makes impossible to find unique definition of "lobbyism" as political phenomenon.

The concept "lobbyism" and "lobbying" have long history. They are derivative from English word "lobby", which in the middle of XVI century was used for designation of places for walks in monasteries. In the middle of XVII century it was used for designation of places for walks in English House of Commons. This concept obtained political overtones at the end of XVIII in the USA. Till the beginning of XX century lobbyism was inseparable from corruption, was based on favoritism. But started from XX century, the concept "lobbyism" obtained new meaning and started to be used for definition of legal form of influence to power authorities.

Based on study of scientific sources we proposed our classification of conceptual approaches to definition "lobbyism". Taking into consideration, that lobbyism is attribute of interdisciplinary knowledge, we proposed to classify these approaches into the following groups: political (as part of political system and political communication), legal (as realization of constitutional right of citizens to apply to government), economic (emphasis on economic efficiency of lobbying activity) approaches, as well as approaches, which define lobbyism as part of public relations and as separate sort of professional activity.

On the basis of analysis of abovementioned approaches we propose to define lobbyism as complex of efforts of individuals and representatives of non-governmental organizations, aimed at legal influence to governmental authorities regarding development, application, and interpretation of normative acts and other political decisions with a view to realize their own interests or interests of the third party (client).

Key words: lobbyism, lobbying, advocacy, PR (public relations), interest groups, political communication, informational lobbyism, PA (public affairs), GR (government relations), GPR (government public relations), GR-manager.

РЕЦЕНЗЕНТИ: Балабанов К.В., д.політ.н, проф.; Оніщенко І.Г., д.політ.н, проф.

УДК 327.82(410)(045)

М.В. Трофименко

ТРАДИЦІЙНА ТА ПУБЛІЧНА ДИПЛОМАТІЯ ВЕЛИКОЇ БРИТАНІЇ

У роботі розглядаються основні засади діяльності Британської зовнішньополітичної служби, робиться аналіз структури Форін-офісу. Аналізується національна модель традиційної та публічної дипломатії однієї з найбільш потужних країн Європейського Союзу – Сполученого Королівства Великої Британії та Північної Ірландії. Аналізується структура та особливості діяльності дипломатичної служби Великої Британії, яка є однією з найбільш давніх, традиційних, професійних, сучасних, ефективних та забезпечує головування Британської дипломатії серед країн Британської Співдружності у світі.

Ключові слова: традиційна дипломатія, публічна дипломатія, Форін-офіс, ВВС, публічна дипломатія, цифрова дипломатія, твіпломат, Твіттер, Фейсбук.

Міністерство закордонних справ та у справах співдружності Великої Британії (Форін-офіс) разом із зарубіжними дипломатичними представництвами зберігають