

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Національний університет  
«ОДЕСЬКА ЮРИДИЧНА АКАДЕМІЯ»



**S.P.A.C.E.**  
**SOCIETY, POLITICS, ADMINISTRATION**  
**IN CENTRAL EUROPE**

*Електронний науково-практичний журнал*

**Випуск 5**

Одеса  
2017

**Головний редактор:**

*Д.В. Яковлев* – доктор політичних наук, професор, декан факультету психології, політології та соціології Національного університету «Одеська юридична академія».

**Заступник головного редактора:**

*К.М. Вітман* – доктор політичних наук, професор, декан магістратури державної служби Національного університету «Одеська юридична академія».

**Відповідальний секретар:**

*Д.Ю. Дворніченко* – кандидат політичних наук, асистент кафедри міжнародного права та міжнародних відносин Національного університету «Одеська юридична академія».

**Редакційна колегія:**

*С.В. Курбатов* – доктор філософських наук, старший науковий співробітник, завідувач відділу лідерства та інституційного розвитку вищої освіти Інституту вищої освіти Національної академії педагогічних наук України та афілійований науковий співробітник Центру російських та євразійських досліджень Університету Упсала (Швеція);

*С.М. Наумкіна* – доктор політичних наук, професор, завідувач кафедри політичних наук і права Південноукраїнського національного педагогічного університету імені К.Д. Ушинського;

*Є.В. Перегуда* – доктор політичних наук, професор, завідувач кафедри політичних наук Київського національного університету будівництва і архітектури;

*Л.Є. Смола* – доктор політичних наук, професор, професор кафедри видавничої справи та редагування Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут» імені Ігоря Сікорського;

*В.О. Туляков* – доктор юридичних наук, професор, проректор з міжнародних зв'язків Національного університету «Одеська юридична академія»;

*В.Ф. Цвиг* – доктор політичних наук, професор, завідувач кафедри політології Київського національного університету імені Тараса Шевченка;

*І.В. Шапошникова* – доктор соціологічних наук, доцент, декан факультету психології, історії та соціології Херсонського державного університету;

*С.А. Щудло* – доктор соціологічних наук, професор, завідувач кафедри правознавства, соціології та політології Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка;

*Л.В. Ярова* – доктор політичних наук, професор, професор кафедри соціології та психології Національного університету «Одеська юридична академія»;

*Harris Kevan* – Assistant Professor of Sociology, the University of California (Los Angeles, USA);

*Csepely Gyorgy* – Chair of Interdisciplinary Social Research Doctoral program at Faculty of Social Science at Eotvos Lorand University (Budapest, Hungary);

*Zelinska Maria* – Doktor habilitowany, Professor, Director of Sociology Institute at Zielona Gora University (Zielona Gora, Poland);

*Wedel Janine* – Professor in the School of Public Policy at George Mason University (Fairfax, USA).

**Електронний журнал «S.P.A.C.E.» внесено до переліку наукових фахових видань,  
в яких можуть публікуватися результати дисертаційних робіт з політичних наук  
на здобуття наукових ступенів доктора і кандидата наук,  
відповідно до Наказу МОН України від 22.12.2016 № 1604 (Додаток 9)**

Рекомендовано до поширення через  
мережу Internet вченою радою Національного університету  
«Одеська юридична академія» 5 липня 2017 р. (протокол № 8)

Сайт видання:  
[www.space.nuoua.od.ua](http://www.space.nuoua.od.ua)

УДК 328.124

**І. Д. Похило**  
кандидат політичних наук,  
доцент кафедри суспільно-політичних наук  
Вінницького національного технічного університету

**О. В. Буряченко**  
здобувач кафедри політичних наук  
Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова

**С. П. Годний**  
здобувач кафедри політичних наук  
Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова

## ОЛІГАРХІЧНИЙ ЛОБІЗМ ЯК ВІДОБРАЖЕННЯ РЕПУТАЦІЇ ПОЛІТИЧНОЇ ПАРТІЇ

*UBI UBER, IBI TUBER*  
лат. – де багатство, там і клопіт

**Постановка проблеми.** Сьогодні в науково-публіцистичній літературі багато пишуть про те, що лобізм варто вважати невід'ємним складником функціонування громадянського суспільства, який опосередковує процес політичної комунікації між суспільством і владою. І це логічно: практичне значення лобізму на сучасному етапі розвитку не тільки не слабшає, але і значно зростає з кожним роком. Його характер стає масовим, а окремі лобістські кампанії набувають статусу соціальних рухів з урахуванням того, що питома вага лобізму в механізмах взаємодії суспільства і держави визначається загалом особливостями політичного устрою. Тому сьогодні в Україні, посиляючись, насамперед, на міжнародний досвід, з певною періодичністю порушують питання щодо законодавчого закріплення такого соціально-політичного феномена [1].

Об'єктивно існування лобізму цілком виправдано й тим, що держава сама по собі не може достатньою мірою взяти до уваги інтереси різних соціальних верств, прошарків, груп, що утворюють конкретне суспільство. Постає проблема пріоритету підтримки тих чи інших інтересів. Звідси є цілком закономірним прагнення різних угруповань впливати на поведінку держави з метою переорієнтації політики на свою користь, спонукати її ухвалювати вигідні для них управлінські рішення. Тому на допомогу державі, образно кажучи, і приходять лобізм як форма просування громадських, приватних або групових інтересів [2, с. 93]. Основною метою таких груп є те, що вони відіграють роль сполучної ланки між громадянами і державою, між особистістю та державними органами, є засобом розв'язання конфліктів в суспільстві тощо. Це, насамперед, діяльність різних організацій і рухів, що мають своїх представників у законодавчому корпусі, а також непарламентські форми впливу на владу, аж до прямого тиску на неї з боку «вулиці» (страйковий рух, мітинги, демонстрації, пікети тощо).

Поряд із різноманітними групами інтересів у системі громадянського суспільства важливе місце належить політичним партіям, які повинні здійснювати прямі та зворотні зв'язки між державою і суспільством, державою і громадянином, що дає їм можливість відігравати

в суспільстві унікальну роль узгодження і виведення на політичний рівень реальних загальних і приватних інтересів, пов'язуючи державу та суспільство в політичну систему. Власне кажучи, політичні партії за своєю суттю із самого початку є готовим інструментом для лобіювання інтересів певної групи суспільства.

Але наскільки адекватним є зв'язок між інтересами політичних партій і громадянського суспільства як основа для лобіювання? Якою мірою репутація політичної партії в суспільній свідомості громадян України залежить від сутності і важливості тих питань, які лобіює та чи інша політична сила? Ці та інші питання в соціально-політичній сфері розвитку українського суспільства залишаються, на наш погляд, відкритими в контексті комплексного дослідження становлення інституту лобіювання в сучасній Україні.

**Аналіз останніх досліджень.** Зарубіжні й вітчизняні науковці-політологи вже тривалий час виявляють підвищений інтерес до згаданого суспільного феномену. Особливий внесок у його концептуальне осмислення зробили такі зарубіжні науковці, як: М. Адамс, Г. Бентеле, Б. Вулп, Р. Еделман, Дж. Кумбер, П. Метью, Дж. Олзевскі, Р. Прайс, Ф. Штольц та ін. Вивченням зарубіжного лобістського досвіду займаються російські дослідники: О. Автономов, С. Большаков, Ю. Большакова, В. Белов, О. Бикова, О. Василенко, К. Вяткін, М. Зяблюк, М. Іванов, М. Прохода, О. Сергунін, О. Хомич, О. Шихвердієв та ін. Їхні роботи дають можливість скласти уявлення про лобістську діяльність, нові лобістські технології та тенденції їх трансформації у країнах, де лобізм дістав найбільшого розвитку.

У вітчизняній політичній науці фундаментальні напрацювання щодо аналізу лобізму з'явилися ще в 90-х рр. ХХ ст. Їх представлено в дослідженнях: В. Бебика, Т. Богині, Д. Богуща, М. Газізова, Н. Гнатенка, С. Годного, Н. Гричини, Л. Губерського, Т. Гуровської, О. Дягілева, Ф. Кирилюка, В. Королька, В. Корнієнка, Д. Лавренова, О. Лісничука, Є. Макаренко, Л. Малишенка, Р. Мацкевич, М. Михальченка, М. Недюхи, В. Нестеровича, М. Ожевана, А. Піонтковської, С. Телешуна, Є. Тихомирової, С. Чумака, О. Шевченка та ін. Окремо слід виділити праці українського правознавця В. Нестеровича [3], який підготував до друку першу в Україні монографію, присвячену проблемам теорії та практики лобіювання.

Загалом праці згаданих науковців присвячені аналізу концепцій лобізму в умовах інтеграції сучасного політичного середовища та прикладних аспектів лобіювання в країнах зрілої демократії, а також окремим аспектам лобізму як системи фундаментальних цінностей суспільства, аналізу законодавчих ініціатив щодо легалізації лобізму в Україні за часів незалежності тощо.

Аналіз наукових розвідок показує, що наявні сьогодні дослідження лобізму переважно базуються або на соціологічному, або на юридично-правовому методах аналізу проблеми. Незважаючи на надзвичайну важливість і актуальність теми дослідження для вітчизняної політичної науки, феномен лобізму цілком не вивчений, а його багатогранність відкриває нові перспективи для наукового дослідження явища.

**Мета статті.** Виходячи з вищезазначеного, метою статті є розкриття специфіки лобіювання рішень політичними партіями, які є найважливішими суб'єктами політичного життя суспільства, та визначення координаційних зв'язків сутності лобіювання зі станом репутації політичних партій як громадської оцінки, спільної думки про їхні властивості, переваги та недоліки в суспільній свідомості українських громадян.

**Виклад основного матеріалу.** Отже, почнемо з того, що порушуючи проблему координаційного зв'язку між лобіюванням політичними партіями окремих питань зі станом їхньої політичної репутації, варто гіпотетично припустити, що такий зв'язок існує. Партія як виразник інтересів певної частини суспільства і створюється для того, щоб їх відстоювати. І саме якість діяльності політичної партії в згаданому напрямку визначає те, що міститься в дихотомії «довіра – недовіра» до політичної партії з боку громадян і відображається на її репутації.

У зазначеному контексті політичні реалії, на жаль, є такими, що за даними опитування Центру Разумкова, на початку 2017 р. вперше після Євромайдану майже 80% населення України взагалі не довіряє партіям. 48% громадян України вважають, що сьогодні немає такої партії, яка представляє їхні інтереси [4; 5]. Виникає проблема не лише довіри до українських партій, але і їхньої реальної спроможності відповідати на запити та вирішувати проблеми суспільства. Отже, яка сьогодні їх практична роль і чиї конкретно інтереси лобіюють політичні партії?

По-перше, у теоретичному аспекті в доволі численній науковій літературі, де описується сутність лобізму і розкриваються його негативні та позитивні риси, у кінцевому підсумку робиться висновок про те, що лобізм – невід'ємний інститут демократичного суспільства. Дійсно, політичне лобіювання загалом є системою і практикою реалізації інтересів різних груп громадян, яке визначає механізм впливу (тиску) приватних чи суспільних організацій (політичних партій, корпорацій, союзів тощо) на ухвалення рішень парламентом [6]. Але на узбіччі залишається сенс буквального перекладу терміна «лобізм» (від англ. lobbyism, від lobby – кулуари).

Беручи до уваги таке визначення, *ніякого офіційного тиску лобізм не передбачає* (виділено авт. – І. П., О. Б., С. Г.), тому що для цього існують інші інститути: засоби масової інформації, реклама, акції протесту

тощо. Говорячи про лобіювання якихось питань, наприклад, у стінах Верховної Ради, ми передусім і повинні мати на увазі, що йдеться саме про застосування суто «кулуарного інструментарію» – підкупу, шантажу, фаворитизму, патронажу, протегування тощо.

По-друге, важливим, але негативним моментом є те, що на практиці в Україні давно склалася й щедро фінансується індустрія лобізму, а з огляду на відсутність законодавчих основ лобістської діяльності в суспільній свідомості українських громадян вона чітко асоціюється саме з корупцією [7, с. 7]. Тому в різних країнах світу ухвалюються різні нормативні акти, які якраз обмежують лобістську діяльність. Причому така термінологія в зарубіжних країнах застосовується здебільшого для відокремлення корупції, яка поза законом, і власне легальною діяльністю тих самих корупціонерів. Характерно і те, що в самих країнах, де існує законодавство про лобістську діяльність, воно постійно посилюється в бік цілковитого виключення лобіювання із життя держави [8]

Деякі зарубіжні вчені висловлюються ще більш радикально: лобіювання є частиною корупційних діянь, легалізація яких свідчить про нездатність держави в боротьбі з корупцією і може призвести не просто до ще більшого правового нігілізму в країні, але й до краху правового світогляду взагалі [9, с. 62].

По-третє, прибічники лобізму в Україні, зазвичай, аргументують його наявність тим, що, наприклад, обрана до Верховної Ради певна політична партія чи політики з огляду на сам факт обраності апріорі представляють інтереси своїх виборців. Однак варто чітко розрізняти такі поняття, як «представництво» та «лобіювання». У першому випадку йдеться про легальне представництво інтересів частини суспільства (прибічників політичної партії, її членів, виборців загалом). У другому випадку – про нелегальне, протизаконне «продавлювання» певних політичних рішень на користь конкретних осіб, яке і має системно-кулуарний характер (що й відповідає сутності лобізму), але якраз не в інтересах більшості громадян України.

За словами вітчизняної дослідниці Т. Гуровської, по суті, майже кожен із 450 депутатів Верховної Ради тією чи іншою мірою та під впливом певних обставин є лобістом. Існує група авторитетних депутатів – 40–50 чоловік, що працюють в парламенті кількох скликань і досконало вивчили діяльність законодавчого органу. Вони добре знайомі один з одним, мають широкі зв'язки. Саме на них орієнтовані основні зусилля лобістів у Верховній Раді [10, с. 112]. Така ситуація, що збільшує корупційний ризик, свідчить про нерозвиненість регулювання лобіювання в нашій країні та є зайвим доказом на користь необхідності регламентування лобістської діяльності.

По-четверте, і це головне, українською специфікою є те, що існує тотальна економічна залежність партійних сил від олігархів, яка проявляється на всіх рівнях – національному, локальному та «районному». У законодавчій гілці влади, від Верховної Ради і до селищної чи сільської ради, інтереси олігархії широко лобіюють або самі олігархи, або політичні партії. Доки існувала мажоритарна система виборів і народних депутатів обирали в округах – домовлялися з керівництвом району щодо формування виборчої дільниці, а голоси



виборців завойовували кількома гучними PR-акціями. Але після проведення політреформи, внаслідок якої парламентські фракції збільшилися, а в маловідомих політичних сил не залишилося надії потрапити до Ради, ситуація змінилась. Після введення імперативного мандата (заборони на вихід із парламентської фракції) партійні фракції перетворилися на головний інструмент лобювання інтересів олігархів, у той час як вплив одного депутата наблизився до нуля [11].

Однією з основ й сутнісних ознак політичного лобювання став фаворитизм державних урядовців під час ухвалення рішень на користь окремих бізнесменів.

За оцінками 2017 р., Україна посідає 99-е місце зі 140 за рівнем фаворитизму, який є складовою оцінки Глобального індексу конкурентоспроможності. За оцінкою якості антимонопольної політики, країна знаходиться майже на самому дні – 136 місце, тоді як у Польщі – 50-е, а у Грузії – 116-е [12]. У багатьох випадках українські парламентарі й політичні партії перебувають на утриманні в олігархів чи майже цілковито залежать від них. Саме останні повідомляють їм, якою буде кон'юнктура на метал або транспорт, якими будуть податки, як коливатиметься курс долара [13].

Наприклад, у паливно-енергетичному комплексі, на думку експертів, корупційна рента від управління державними компаніями з боку олігархів, особливо шахтами, обленерго, теплоелектроцентралями, призводить до більших економічних втрат, ніж лобювання «ДТЕК» Ріната Ахметова власних інтересів [12]. В українському парламенті до сфери впливу Р. Ахметова відносять групу із 20 нардепів (проти 27 в Раді попереднього скликання). Голоси групи Ахметова набули особливої цінності після переходу парламентської фракції «Батьківщина» в опозицію у квітні 2016 р., адже саме вони тепер періодично забезпечують необхідну для ухвалення рішень більшість голосів.

Сфери діяльності іншого відомого олігарха І. Коломойського – нафтовий бізнес («Укрнафта», «Укртатнафта»), авіаперевезення, автозаправні станції, феросплавний бізнес та інше. Також він є співвласником медіахолдингу Central European Media Enterprises Ltd («1+1», «2+2», «ТЕТ», «Плюс-Плюс», «Бігуді», «УНІАН-ТВ» і 1+1 International). До лояльних йому партій відносять «Народний фронт», «Відродження» та «Укроп».

Віктор Пінчук разом із Коломойським контролює Нікопольський завод феросплавів, володіє банком «Кредит Дніпро» та одним із найбільших медіахолдингов в Україні – Star Light Media (СТБ, ICTV, «Новий канал», М1, М2, QTV, газета «Факти») та радіогрупою «Тавр Медіа»: «Русское Радио Україна», «Хіт FM», Kiss FM, Radio Rocks, «Мелодія» і «Релакс». Весь бізнес керується інвестиційною компанією олігарха East One. Із Пінчуком пов'язують трьох депутатів Верховної Ради останнього скликання. А Блок Петра Порошенка «Солідарність» постійно допомагає своїми рішеннями його бізнесу. Також він разом з Ахметовим успішно лобювали мито на експорт металобрухту [12].

Нарешті пригадаємо ще одного олігарха зі статками у 652 млн. дол – Дмитра Фірташа, який є власником Group DF. В українському парламенті до сфери впливу Дмитра Фірташа відносять групу із 6 народних депутатів. Олігарх, за його власними словами, з 2012 р.

підтримує партію «Удар» та Віталія Кличка. Подібних прикладів можна навести досить багато.

Відповідно до останньої оцінки інвестиційної компанії Dragon Capital, за 2016 р. статки десяти найбагатших українців склали понад 11 млрд. доларів, що становить майже 13% валового внутрішнього продукту (далі – ВВП) України в 2015 р. Для порівняння: співвідношення статків десяти найзаможніших мешканців Сполучених Штатів Америки до ВВП країни складає лише близько 3%, п'ятеро з десяти є власниками IT-компаній [12]. Відносно висока концентрація статків та їх прив'язаність до значною мірою монополізованого паливно-енергетичного комплексу є непрямими проявами захоплення держави українськими олігархами. Відносна більшість (42%) експертів вважають, що в Україні немає і партій, які б не були підконтрольними олігархічним групам [5, с. 94]. Отже, головний висновок – олігархічне лобювання загалом істотно послаблює інститути української держави. Це система взаємостосунків влади і великого капіталу, що характеризується входженням представників бізнесу у владу, їх активною участю у виробленні й ухваленні державних рішень. Олігархічне лобювання має не лише мафіозний відтінок, а суттєво дистанціює політичні партії від пересічних громадян [14].

За словами російського дослідника В. Лепехіна, «лобізм був, є і буде жорстокою боротьбою регіональних «еліт», супермонополії і галузевих кланів за владу і контроль за ресурсами. Боротьбою, що сусидить із корупцією і політичним свавіллям, дезорганізуючи економіку і державу <...>» [15, с. 14]. Усе зазначене і призвело до того, що в суспільній свідомості українських громадян на рівні стереотипів лобювання розглядається як складова частина корупційних процесів. Згідно з опитуванням компанії Research&Branding Group 2013 р., 41,2% респондентів заявили, що відчувають недовіру до власників великого бізнесу в Україні, а 84,3% українців не хочуть бачити представників великого капіталу при владі [16]. Звідси й негативне ставлення до політичних партій, які в українському парламенті лобюють інтереси олігархічного капіталу.

Гіпотетично слід припустити, що введення лобістської діяльності у правове поле є одним із способів боротьби з олігархічним капіталом і корупцією, яка, за словами Є. Тихомирової, є «причиною мутації практики лобізму в кримінальний бік, маскування лобістських організацій в образі партій, громадських організацій тощо, чия діяльність (коло інтересів, методи дії та ступінь впливу) не обмежені належним чином» [17]. В ідеалі – як тільки процес ухвалення рішень стане прозорим під контролем громадськості, істотно скоротиться можливість зловживань, пов'язаних з особистим збагаченням тих, хто має дискреційні повноваження.

Однак, по-перше, на нашу думку, законодавство про лобізм може ефективно працювати тільки комплексно з розвиненим антикорупційним законодавством.

По-друге, олігархи абсолютно не зацікавлені у створенні будь-яких механізмів, що перешкоджатимуть реалізації їхніх планів. Свідченням того є факт, що ухвалити закон про лобістську діяльність намагалися неодноразово: проект Закону України «Про лобі-

ювання в Україні» від 13 квітня 1999 р. № 3188, внесений до Верховної Ради України народним депутатом І. Шаровим; проект Закону України «Про правовий статус груп, об'єднаних спільними інтересами (лобістських) груп у Верховній Раді України» від 3 листопада 1999 р. № 3188-1, внесений до Верховної Ради України народним депутатом України Ю. Сахном; проект Закону України «Про діяльність лобістів у Верховній Раді України» від 9 листопада 2003 р., внесений до Верховної Ради України народним депутатом України І. Гринівим; проект Закону України «Про регулювання лобістської діяльності в органах державної влади» (оприлюднений 25 вересня 2003 р. А. Ткачуком через мережу Інтернет) та інші. Усі згадані проекти до статусу закону не дотягнули. Очевидно, що і в нинішніх політичних умовах ухвалення такого закону може наштовхнутися на опір представників органів державної влади.

Нарешті, слід дати відповідь на інше запитання: як корелюється описані вище процеси олігархічного лобювання зі станом, насамперед, позитивної репутації політичної партії в суспільній свідомості українських громадян?

Відповідь, так би мовити, лежить на поверхні з огляду на те, що репутація є категорією суто раціональною: це відображення в суспільній свідомості або думці сукупності якостей, властивостей політичної партії, що діє в інтересах певної групи громадян із метою формування і вираження їх політичної волі (виділено авт. – І. П., О. Б., С. Г.). Водночас варто додати, що репутація не може бути кращою за конкретну діяльність політичної партії. Саме довіра до політичних партій, якої взагалі немає, є ядром їхньої репутації [18, с. 136]. Чим вище впевненість громадян у задоволенні з боку політичної партії значущих для кожного соціальних очікувань і потреб, тим вище репутація партії, а отже, тим більше громадян віддадуть свої голоси на виборах за цю конкретну політичну силу. Натомість, і за висновками більшості експертів, сучасні партії служать інтересам фінансових і бізнесових структур (80%). Лише 14% експертів дотримуються думки, що партії служать інтересам виборців [5, с. 93].

**Висновки.** Багато політичних партій сьогодні переживають не найкращі часи: відбувається зниження міжпартійної конкуренції, тому що політичні партії стають все більш підконтрольними великому олігархічному капіталу. Олігархічні сили використовують членство в партії і партійну приналежність для лобювання власних інтересів, витрачаючи на це чималі фінансові кошти. Наслідком чого є корупція і казнокрадство. На жаль, сьогодні можна говорити про майже повну монополізацію суспільного життя економічними й адміністративними елітами.

Політична партія, здебільшого, перебуває в такій соціально-політичній ситуації, коли прорахунки, помилки, а іноді й реальні вчинки тих чи інших її лідерів прямо або опосередковано поширюються на всю партію, навіть якщо її структури загалом працюють на користь українських громадян. І тут, природно, один вихід – постійно дбати про покращення репутації партійних організацій, досягати такої мети конкретними справами.

Важливим, особливо сьогодні, є моральний аспект призначення політичних партій. Будь-яка політична

сила, й не лише та, що претендує на роль правлячої партії, повинна мати моральне право, високі моральні характеристики. Основою позитивної репутації та критерієм оцінки ефективності сучасних політичних партій має бути ступінь і можливість їх впливу на розв'язання найважливіших проблем суспільства і держави. Але в ситуації, коли до «олігархічно-корупційної» складової додається згубна всюдозволеність, із громадського лексикону стосовно політичної партії зникають такі категорії, як «віра», «гідність», «честь», «відповідальність», «політичні ідеали» [19] тощо.

Способів підтримки політичної репутації десятки, якщо не сотні, проте в Україні, на жаль, довгий час було взагалі не прийнято піклуватися про підтримку доброї репутації в її загальнолюдському розумінні. Фактично, не існує жодної політичної партії в Україні, у якої б існувала офіційна програма із захисту репутації та поліпшення її характеристик [20].

Отже, цілком очевидно, що закріплюючи за громадянами право і обов'язок висловлювати власну думку і діяти у відповідності зі своїми інтересами, потрібно, щоб політичні партії перестали бути знаряддям олігархічного лобювання, що суттєво підвищить їх позитивну репутацію.

Досягнення такої мети, як і сама проблема лобювання й підвищення репутації політичних партій України, на наш погляд, є актуальним і перспективним об'єктом досліджень у подальших наукових розвідках.

#### Література

1. Гнатенко Н. Інституціоналізація лобізму в Україні: історія та сучасність / Н. Гнатенко // Гілея: науковий вісник: зб. наук. праць / під ред. В. Вашкевича. – К.: Видавництво «Гілея», 2016. – Вип. 115 (12). – С. 434–439.
2. Корнієнко В. Комунікативний потенціал лобіфеномену в сучасній українській політиці / В. Корнієнко, С. Годний // Вісник Донецького національного університету. Серія «Політичні науки». – 2016. – С. 92–95.
3. Нестерович В. Конституційно-правові засади інституту лобювання: зарубіжний досвід та перспективи для України: [монографія] / В. Нестерович. – Луганськ: Редакційно-видавничий відділ Луганського державного університету внутрішніх справ імені Е.О. Дідоренка, 2010. – 752 с.
4. Тотальне розчарування: ЗМІ дізналися, як руйнується довіра виборців до політиків (інфографіка) // Українське незалежне інформаційне агентство новин. – 2017. – 19 січня [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.unian.ua/politics/1732486-totalnerozcharuvannyaazmi-diznalisya-yak-ruynuetsya-dovira-vibortsiv-do-politikiv-infografika.html>. – Назва з екрана.
5. Партії як представники інтересів громадян // Національна безпека і оборона. – 2015. – № 6–7. – С. 105.
6. Большой энциклопедический словарь [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.announcement.ru/enc\\_letter/bse\\_590\\_36142\\_367\\_1.html](http://www.announcement.ru/enc_letter/bse_590_36142_367_1.html).
7. Герасіна Л. Практики лобізму в політичному процесі України та світу: політико-соціологічний аспект / Л. Герасіна // Вісник Національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого». – 2016. – № 3 (30). – С. 7–17.
8. Оскардалившисься лоббістів временно исключили из Лейбористской партии // Lenta.ru [Електро-

ний ресурс]. – Режим доступа : <https://lenta.ru/news/2010/03/23/suspende/>. – Название с экрана.

9. Артемьев А. Лоббирование как часть коррупционных явлений / А. Артемьев, С. Сиротенко // Юридическая мысль. – 2010. – № 5. – С. 61–64.

10. Гуровська Т. Лобіювання як основний інструмент привласнення політичної ренти / Т. Гуровська // Научные труды Донецкого национального технического университета. Серия «Экономическая». – 2011. – № 3 (40). – С. 110–116.

11. Струк О. Лоб за лоб / О. Струк // Контракты. – 2008. – № 40. – С. 17–20.

12. Кутишенко О. Дослідження : як олігархи впливають на економіку України / О. Кутишенко // LB.ua. – 2017. – 27 березня.

13. Корнієнко В. Олігархізація влади / В. Корнієнко // Новітня політична лексика (неологізми, okazіоналізми та інші новотвори) / І. Вдовичин, Л. Угрин, Г. Шипунов та інші. ; за наук. редакцією Н. Хоми. – Львів : Новий Світ-2000, 2015. – С. 269.

14. Корнієнко В. Лобіювання як засіб реалізації політичних інтересів / В. Корнієнко, С. Годний // Innovative solutions in modern science. – Dubai : ТК Meganom, 2017. – № 1(10). – С. 19–25.

15. Лепехин В. Лоббизм / В. Лепехин. – М. : Российский Юридический Издательский Дом, 1995. – 116 с.

16. Украинцы не любят олигархов // LB.ua. – 2013. – 5 июня.

17. Тихомирова Є. Технологія зв'язків з владою: міжнародний досвід лобіювання / Є. Тихомирова // Вісник Львівського університету. Серія «Міжнародні відносини». – 2001. – Вип. 6. – С. 235–244.

18. Буряченко О. Репутація як чинник міжпартійної конкуренції / О. Буряченко, В. Корнієнко // Innovative solutions in modern science. – Dubai : ТК Meganom, 2017. – № 5(14). – С. 131–142.

19. Корнієнко В. В пошуках консолідації українського суспільства : національна ідея чи політичний ідеал / В. Корнієнко // Нова політика : науково-публіцистичний журнал. – 2000. – № 4. – С. 47–52.

20. Денисюк С. «Персоніфікація» vs «репутація» у політичному контексті математичного моделювання виборчих переваг / С. Денисюк, В. Корнієнко, А. Слободянюк // European Political And law Discourse. – 2016. – Vol. 3, iss. 2. – P. 165–171.

#### Анотація

**Похило І. Д., Буряченко О. В., Годний С. П. Олігархічний лобізм як відображення репутації політичної партії. – Стаття.**

Стаття присвячена аналізу лобізму як об'єктивного явища суспільної практики. Зроблено спробу відповісти на ряд актуальних питань: наскільки адекватним є зв'язок між інтересами політичних партій і громадянського суспільства? Якою мірою репутація політичної партії залежить від сутності та важливості тих питань, які вона

лобіює? Визначається, що однією із сутнісних ознак політичного лобіювання став фаворитизм державних урядовців під час ухвалення рішень на користь окремих бізнесменів. З'ясовано сутність олігархічного лобіювання як системи взаємостосунків влади і великого капіталу. Визначено, що основою формування позитивної репутації сучасних політичних партій є ступінь та можливість їх впливу на розв'язання найважливіших проблем суспільства і держави.

*Ключові слова:* лобізм, політична партія, політична репутація, олігархічне лобіювання, корупція.

#### Аннотация

**Похило И. Д., Буряченко А. В., Годный С. П. Олигархический лоббизм как отражение репутации политической партии. – Статья.**

Статья посвящена анализу лоббизма как объективно явления общественной жизни. Сделана попытка ответить на ряд актуальных вопросов: насколько адекватной является связь между интересами политических партий и гражданского общества? В какой степени репутация политической партии зависит от сущности и важности тех вопросов, которые она лоббирует? Определено, что одной из сущностных характеристик политического лоббирования стал фаворитизм государственных чиновников при принятии решений в пользу отдельных бизнесменов. Выяснена сущность олигархического лоббирования как системы взаимоотношений власти и крупного капитала. Показано, что основой формирования положительной репутации современных политических партий является степень и возможность их влияния на решение важнейших проблем общества и государства.

*Ключевые слова:* лоббизм, политическая партия, политическая репутация, олигархическое лоббирование, коррупция.

#### Summary

**Ppohilo I. D., Buryachenko O. V., Godny S. P. Oligarchic lobbyism as a reflection of the reputation of a political party. – Article.**

The article is devoted to the analysis of lobbyism as an objective phenomenon of social practice. An attempt is made to answer a number of topical issues: How relevant is the link between the interests of political parties and civil society? To what extent does the reputation of a political party depend on the nature and importance of the issues it lobbies? It is determined that one of the essential signs of political lobbying was the favoritism of state officials in making decisions in favor of individual businessmen. The essence of oligarchic lobbying, as a system of relations between power and large capital, is found out. It is determined that the basis of the formation of a positive reputation of modern political parties is the degree and the possibility of their influence on solving the most important problems of society and the state.

*Key words:* lobbyism, political party, political reputation, oligarchic lobbying, corruption.