

Денисюк А. В., студентка факультета політології та права, Національний педагогічний університет ім. М. П. Драгоманова (Україна, Київ), anastacia-zzz@mail.ru

Общественный лоббизм в Украине: проблемы и перспективы развития

Анализируется общественный лоббизм как эффективный инструмент взаимодействия между властью и обществом. Он рассматривается как скоординированная практика отстаивания интересов или оказания давления на законодателей и чиновников общественными организациями в пользу принятия определенного решения. Определена необходимость закрепления общественного лобби на законодательном уровне.

Ключевые слова: лоббизм, лобби, общественный лоббизм, коридорный лоббизм, цивилизованный лоббизм.

* * *

УДК 32.019.5

Кавка В. В.,
кандидат історичних наук, доцент, Вінницький
національний технічний університет
(Україна, Вінниця), viktom26@mail.ru

ПОПУЛІЗМ ЯК ЕФЕКТИВНА ПОЛІТИЧНА ТЕХНОЛОГІЯ СУЧАСНИХ ВИБОРЧИХ ПРОЦЕСІВ В УКРАЇНІ

Проаналізовано популізм як атрибут виборчого процесу. Визначено причини ефективності популізму як політичної технології під час місцевих виборів в Україні 2015 року. Акцентовано увагу на певних нюансах в законі «Про місцеві вибори», які можуть сприяти розповсюдженню популізму. Охарактеризовано види популізму, зокрема, демагогія, яка широко використовується в українському політикумі. Визначається взаємозалежність між обранням політиків-популістів й можливістю поглиблення кризових явищ у суспільстві.

Ключові слова: популізм, демагогія, політична технологія, місцеві вибори, маніпуляція, обіцянки.

Популізм, як наукова проблема, посідає чільне місце в тематиці сучасних політичних досліджень, що пов'язано з його важливою роллю насамперед у політичних процесах, що відбуваються сьогодні в Україні під час виборчих кампаній. Під популізмом прийнято вважати загравання політиків з народом з метою отримання популярності й, в кінцевому рахунку, для завоювання чи утримання влади.

Популізм, з одного боку, можна розглядати як певну гру на труднощах громадян та обіцянки надзвичайних успіхів у вирішенні соціально-економічних проблем у разі приходу до влади [1, с. 194]. З іншого боку, цей феномен є тотожним демократії з необмеженою реалізацією волі більшості; пропагуванням політичних цілей незалежно від наявних партій та інституцій через безпосереднє звернення до народу з метою тиску на владу, політичну еліту [2].

Розвитку популізму у різні періоди його становлення сприяють такі причини, як посилення політичної і економічної кризи, соціальне розшарування, загострення актуальних проблем в різних галузях життя суспільства, невисокий рівень освіченості виборців тощо. На цьому ґрунті й виникає популізм політичної влади, метою якого було примирення протилежних інтересів різних верств суспільства і досягнення консенсусу між рухами і партіями, що їх відстоювали, отримання влади тощо [3, с. 22].

Тематика популізму розроблялась як закордонними, так і вітчизняними науковцями (В. Ачкасов, В. Бебик, А. Бобрук, Д. Богуш, С. Денисюк, Л. Кочубей, І. Новоженова, С. Погорельська, Х. Функе, Л. Ренсманн, Ю. Шайгородський, О. Ярош та ін.). В їх працях аналізувалися причини виникнення популізму в різних суспільствах, міра його впливовості на прийняття рішень

громадянами тощо. Проте дослідженню ролі популізму саме в сучасних виборчих кампаніях в Україні недостатньо приділяється уваги як з теоретичної, так і з практичної точки зору.

З огляду на актуальність теми, метою статті є аналіз популізму як дієвої політичної технології в сучасних виборчих кампаніях та його реалізація через політичні програми, концепції, гасла тощо.

Історія свідчить, що політичні діячі у різні часи намагались збільшити кількість своїх прихильників за допомогою різних технологій, зокрема, популізму. Відомо, що у 1891 р. у США було засновано Народну партію, яка активно використовувала популізм, як вид боротьби за права громадян. Після того він розвивався у різних варіаціях, наприклад, «гандизм» в Індії, чи «піронізм» в Аргентині [4].

Можна побачити, що сьогодні в різних країнах популізм часто використовується політиками, фактично виступає атрибутом політичної риторики і реклами. Зокрема, в Італії є Беппе Грілло, популістська партія якого нещодавно посіла третє місце на виборах, а очолює її колишній клоун. Натомість в Україні багато партій, які використовують популістські ідеології, – а до таких можна, очевидно, віднести «Радикальну партію», нову партію «Укроп», і, можливо, «Свободу» – їхній відсоток у сумі на місцевих виборах 2015 р. буде більшим, ніж десять. Це є достатньо великою цифрою, за мірками Європейського союзу [5].

Проте виникає проблема пошуку критерію ідентифікації популізму. Ідеться про можливість диференціювати популістський і непопулістський «продукти» під час виборчих кампаній. Наприклад, розглянемо ситуацію, за якої популізм постійно оцінюється із точки зору етики, й водночас морально-етичний підхід не здатний відмежовувати його від інших суспільно-політичних явищ. У цьому випадку популізм слід трактувати як форму реалізації масової політики, що є значно ширшим, ніж ідея просвітництва народу. А демагогія є просто негативною формою прояву цього процесу в інтересах окремого суб'єкта. Тому можна визначити популізм як відповідний суспільно-політичний рух, політичну «ідеологію», стратегію влади, тип поведінки та дій тощо або виокремити його з-поміж інших суспільно-політичних явищ, але не маємо підстав однозначно кваліфікувати будь-який зразок комунікації як популістський. Щодо демагогії, та все ж через її наперед закладену маніпулятивність і спекулятивність її можна окреслити за допомогою законів формальної логіки та здорового глузду [6, с. 288].

Можна припустити, що об'єктивним критерієм визначення популізму є результат реалізації політичних обіцянок, програм, гасел тощо. Дослідники М. Дейвіс та М. Феррантіно розвинули теорію політичної риторики, за якою кандидати у виборах брехатимуть, оскільки вони неспроможні передати цінність власної репутації як чесних політиків [7, р. 5].

Отже, йдеться про те, що часто не одразу вдається визначити певну політичну промову, програму як популістську, за винятком очевидної демагогії. Крім того, науковці сумніваються у практичній значущості передвиборчих програм партій через те, що, по-перше, передвиборчі маніфести найчастіше порушують ті питання, на які більше звертає увагу певна політична

сила. Таким чином, вибір між різними наборами обіцянок обмежується через те, що сфери уваги партій часто не збігаються, тож немає змоги їх адекватно порівняти.

По-друге, передвиборчі програми фактично є заявами без ідеологічної значущості, яким складно опонувати: вони лише декларують позитивну мету, не вказуючи кроків її досягнення [8, р. 370].

Від виборів зазвичай очікується встановлення стійких зв'язків між бажаннями громадян та поведінкою, прийняттям рішень політичними акторами. Ключове припущення полягає в тому, що політики перетворюватимуть уподобання виборців у пріоритети діяльності законодавчої та виконавчої гілок влади. Така сув'язь «програма–політика» є важливим елементом теорії «відповідальної партії», яка розвивається у політичній науці з 1950–х рр. Вона спирається як на теорії раціонального вибору, так і на порівняльно–історичний метод (дослідження С. Ліпсета та С. Роккана). Логіка цієї моделі розглядає політику як продукт взаємодії патронів (громадян чи виборців) та агентів (кандидатів і обраних посадовців). Відповідно, у політичній системі закріплюється інститут політичної відповідальності, який полягає в тому, що на виборах громадяни оцінюють результати роботи партії або політика, яких вони підтримали минулого разу, залежно від того, наскільки їй вдалося реалізувати програму [9].

Нині громадські організації реалізують різні проекти щодо оцінювання виконання обіцянок, зокрема, Владомер, «Слово і Діло» та ін. Так, серед відомих невиконаних обіцянок є такі: П. Порошенко обіцяв продати Roshen, проводити відкриту кадрову політику, якщо стане Президентом; Садовий, як кандидат на посаду міського голови Львова, планував ремонт вул. Київської у 2014–2015 рр.; Хомко, як кандидат на посаду міського голови Рівного, обіцяв побудувати нові тролейбусні лінії; Каспрук, як кандидат на посаду міського голови Чернівців, обіцяв відкрити центри дозвілля молоді та ін.

Аналізуючи програми і обіцянки кандидатів на посади депутатів різних рівнів, голів міст України на місцевих виборах 2015 р., привертає увагу той факт, що популістських заяв стало не менше. Досить багато кандидатів обіцяють абстрактні речі (розвиток міста, збільшення кількості гуртків для дітей), інші, – відверто брешуть, пропонуючи у разі перемоги підняти рівень заробітних плат і пенсій, «урізати ціну на газ», реалізувати децентралізацію, перехід на контрактну армію, швидко провести реформи тощо.

Позитивним в новому Законі України «Про місцеві вибори» від 14 липня 2015 р. №595–VIII є те, що нарешті прийнятий механізм відкликання депутатів чи голів міст. Тепер через рік після обрання їх можна відкликати за народною ініціативою (згідно зі змінами до законів). Процедура такого відкликання є різною для самовисуванців та кандидатів, висунутих партіями. А у випадку з депутатами, які були висунуті політичними партіями, після збору підписів та їх перевірки ТВК необхідна ще згода на відкликання від самої партії, яка може цю згоду й не надати. Таким чином, Верховна Рада хоча й закріпила механізм відкликання депутатів та голів виборцями, але вирішальне слово залишила партіям та відповідним радам. При цьому саму процедуру відкликання народних депутатів зробили досить складною.

Можна погодитись із Г. Петренко, що «якби 60% українських виборців склали представники середнього класу, то шанси на перемогу кандидатів з маніпулятивними обіцянками були б невисокими» [10]. Однак бідність українського виборця створює попит на популізм.

Згідно із результатами опитування громадської думки стосовно популярності українських політиків, проведеного Київським міжнародним інститутом соціології (КМІС), якби вибори президента України відбулися в середині липня 2015 р., за нинішнього главу держави Петра Порошенка проголосували б 14,6% опитаних громадян, а за екс–прем'єрку Юлію Тимошенко – 13,9%. Порівнюючи з результатами аналогічного опитування українців у березні, за Порошенка готові були проголосувати 35,1%, а за Тимошенко лише 11,6% виборців. Дослідження КМІС зафіксувало не тільки стрибок популярності самої Ю. Тимошенко, але й очолюваної нею партії «Батьківщина». Згідно з опитуванням, 22,7% українців, які готові взяти участь у виборах, віддали свої голоси за цю партію, що ненабагато менше, ніж у партії «Солідарність», яку б підтримали 23,5% опитаних. Довіра виборців до Тимошенко зростає на тлі критики нею влади, і того, що «я критика походить від члена правлячої коаліції» [11].

Фахівці стверджують, що багато українців зараз шукають легких відповідей на економічні виклики і готові підтримати тих, хто робить хоча б видимість розв'язання їхніх проблем. «Ми вже бачимо приклади нестримного популізму на довиборах у парламент на окрузі в Чернігові, де кандидати роздають виборцям продуктові набори та вишиковують великі черги за безкоштовними обідами», – зазначав Я. Макітра [11].

Можна припустити, що попри лідерство «Блоку Петра Порошенка «Солідарність», соціологи фіксують зростання рейтингів партій із опозиційною риторикою – як членів коаліції в парламенті («Батьківщини», «Самопоміч», Радикальної партії), так і «Опозиційного блоку», що, вочевидь, здолають 5% бар'єр. Найкращі електоральні результати «Самопоміч» матиме на Заході країни, «Батьківщина» – на Півдні, Радикальна партія – на Заході та в Центрі. Цікаво, що 15% громадян готові підтримати яскравих місцевих особистостей, незалежно від партії, які вони представляють [12]. Здавалося б, навчені попереднім досвідом українські громадяни надалі повинні бути уважними й відповідальними під час виборів чергових керманічів. Однак, як виявляється, запит на популістів і популізм не згасає. Навіть навпаки – на фоні глибокої соціально–економічної кризи, військових подій на сході України, цінності виживання й патерналістські настрої зростають.

Пропонуючи прості відповіді на складні питання, політики надзвичайно подобаються людям. Але саме така «простота» є небезпечною і може призвести до катастрофічних наслідків, як це демонструє приклад не лише деяких країн Латинської Америки, а й окремих членів загалом благополучної Європи. Невтішний досвід Венесуели та Греції має стати пересторогою для українського суспільства, яке повинно усвідомлювати, чим можуть «увінчатися» сподівання людей на нездійсненні обіцянки безвідповідальних політиків і відмова від проведення реальних реформ [13].

Звичайно, популізм є природною складовою політичного ландшафту. Але загравання із соціальним популізмом ще можна зрозуміти в політично й економічно

стабільній ситуації, а в умовах неоголошеної війни з Росією та боротьби за існування держави суспільний інфантізм просто згубний і неприпустимий.

Отже, можна зробити висновок, що, по-перше, популізм є ідейно-спекулятивною орієнтацією суб'єктів політики на політичні ідеї широких мас, що використовують незадоволення своїм життям своїм життям та соціальним становищем. Популізм використовується політиками в якості ефективної технології отримання влади, яка звертається до настроїв населення, підлаштовується до масової свідомості більшості з метою завоювання влади. Результати виборів різних рівнів в Україні свідчать про популярність популізму, що може привести до поглиблення кризи в державі.

По-друге, сьогодні в умовах виборчої кампанії 2015 р. рівень популізму зростає через те, що у законі «Про місцеві вибори» не встановлена необхідність пропонувати передвиборчу програму на посади міського голови та кандидатів у депутати ради різних рівнів. Іншими словами, кандидати не будуть пропонувати чіткі кроки виборцям, а будуть оперувати переважно популістичними гаслами.

По-третє, популізм залишається традиційною проблемою українських виборів. Нездатність населення відрізнити демагогію від реалістичних пропозицій, готовність фанатично вірити черговому «кумиру-харизматику» і ненавидіти конкурентів – симптоми невисокої політичної культури, які можна сьогодні нині спостерігати серед виборців. Українцям з 90-х рр. ХХ ст. обіцяли зробити дороги, але минули десятиліття, а ця обіцянка й досі актуальна і активно використовується політиками-популістами для мобілізації електорату.

По-четверте, популізм має інклюзивний характер, досить легко проникає в усі види ідеологічних течій, адже він не прив'язаний до фундаментальних цінностей, таких як справедливість чи рівність. Більше того, сьогодні популізм виступає самостійною ідеологією, що виходить за межі класичних ідеологічних напрямків.

По-п'яте, популізм зорієнтований на простих людей, які взагалі не бажають займатися безпосередньо політичними проблемами, а тому суспільство повинне за допомогою громадських інституцій створювати умови для мінімізації впливу популізму. Для цього потрібно застосувати механізми контролю за виконанням обіцянок, які щедро роздають різні політичні сили. Належного контролю можна досягти лише об'єднавши людей в організації за інтересами. Громадянське суспільство має стати посередниками між владою та громадянином. Об'єднані у організації люди будуть спроможні прискіпливіше ставитися до висловлювань політиків і обіцянок кандидатів. Тільки збудувавши громадянське суспільство люди отримають механізми, за допомогою яких можна зробити українську політику більш прозорою і менш популістською.

Потребу подальших досліджень й «вічно зелена» проблема підвищення рівня політичної культури і свідомості громадян, що сприятиме мінімізації впливу популізму і побудові справді соціальної і правової держави.

Список використаних джерел

1. Денисюк С. Г. Популізм як прояв мімікрії в контексті сучасної політичної праксеології [Текст] / С. Г. Денисюк, А. М. Бобрук // Науковий огляд: міжнародний науковий журнал. – К.: ТК Меганом, 2014. – Вип.2 (№1). – С.192–198.

2. Словopedia: універсальний словник-енциклопедія [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://slovedia.org.ua/29/53407/18674.html>.

3. Кіянка І. Популізм в країнах західної Європи: кінець ХХ – початок ХХІ ст. [Текст] / І. Кіянка // Українська національна ідея: реалії та перспективи розвитку. – 2015. – Вип.27. – С.22–27.

4. Ярош О. Політичний популізм: теорія і практика передвиборного «флірту» [Електронний ресурс] / О. Ярош. – Режим доступу: <http://www.ya.org.ua/old/brochure/2002/005/003.htm>.

5. Ремовська О. Популізм процвітає, бо частина суспільства прагне швидких і простих рішень – Березовець [Електронний ресурс] / О. Ремовська // Радіо Свобода. – 17 жовтня 2015. – Режим доступу: content/article/27224118.html.

6. Радь Т. Популізм як продукт політичної комунікації [Текст] / Т. Радь // Вісник Львівського університету. Серія філософські науки. – 2012. – Вип.15. – С.287–296.

7. Davis M. A. Towards a Positive Theory of Political Rhetorics: Why Do Politicians Lie? [Text] / M. A. Davis, M. Ferrantino // Public Choice, 1996. – №88 (1–2). – P.1–13.

8. Stokes Donald E. Spatial Models of Party Competition [Text] / E. Stokes Donald // American Political Science Review. – 1963. – №57 (2). – P.368–377.

9. Thomson R. The programme to policy linkage: the fulfilment of election pledges on socio-economic policy in the Netherlands, 1986–1998 [Text] / R. Thomson // European Journal of Political Research. – 2001. – P.171–197.

10. Жуган В. Приречені на популізм. Місцеві вибори по всій Україні перетворюються на Чернігів 2.0. [Електронний ресурс] / В. Жуган // Антикор. – 15 августа 2015. – Режим доступу: http://antikor.com.ua/articles/58106-prirecheni_na_populizm_mistsevi_vibori_po_vsij_ukrajini_peretvorjatjsja_na_chernigiv_2.0.

11. Савицький О. Юлія Тимошенко знову в лідерах: безвідмовний популізм? [Електронний ресурс] / О. Савицький // Ужгород.net.ua. – 22.07.2015. – Режим доступу: <http://www.dw.com/uk-18599061>.

12. Беккер І. Вибори під знаком популізму [Електронний ресурс] / І. Беккер // Віче: журнал ВР України. – 2015. – №17. – Режим доступу: <http://www.viche.info/journal/4898>.

13. Шебеліст С. Вітчизняний політикум охоплює лихоманка соціального популізму [Електронний ресурс] / С. Шебеліст // Ужгород.net.ua. – 05.07.15. – Режим доступу: <http://uzhgorod.net.ua/news/80237?o=1>.

References

1. Denisyuk S. G. Populizm yak proyav mimikriyi v konteksti suchasnoyi politychnoyi prakseologiyi [Tekst] / S. G. Denisyuk, A. M. Bobruk // Naukovyj ogyad: mizhnarodnyj naukovyj zhurnal. – K.: TK Meganom, 2014. – Vyp.2 (№1). – S.192–198.

2. Slovediya: universalnyj slovnyk-encyklopediya [Elektronnyj resurs]. – Rezhym dostupu: <http://slovedia.org.ua/29/53407/18674.html>.

3. Kiyanka I. Populizm v krayinax zaxidnoyi Yevropy: kinecz XX – pochatok XXI st. [Tekst] / I. Kiyanka // Ukrayinska nacionalna ideya: realiyi ta perspektivy rozvytku. – 2015. – Vyp.27. – S.22–27.

4. Yarosh O. Politychnyj populizm: teoriya i praktyka peredvybornogo «flirtu» [Elektronnyj resurs] / O. Yarosh. – Rezhym dostupu: <http://www.ya.org.ua/old/brochure/2002/005/003.htm>.

5. Removska O. Populizm procvityaye, bo chastyna suspilstva pragne shvydky'x i prostyh rishen – Berезovecz [Elektronnyj resurs] / O. Removska // Radio Svoboda. – 17 zhovtnya 2015. – Rezhym dostupu: <http://www.radiosvoboda.org/content/article/27224118.html>.

6. Rad T. Populizm yak produkt politychnoyi komunikaciyi [Tekst] / T. Rad // Visnyk Lvivskogo universytetu. Seriya filosofski nauky. – 2012. – Vyp.15. – S.287–296.

7. Davis M. A. Towards a Positive Theory of Political Rhetorics: Why Do Politicians Lie? [Text] / M. A. Davis, M. Ferrantino // Public Choice, 1996. – №88 (1–2). – P.1–13.

8. Stokes Donald E. Spatial Models of Party Competition [Text] / E. Stokes Donald // American Political Science Review. – 1963. – №57 (2). – P.368–377.

9. Thomson R. The programme to policy linkage: the fulfilment of election pledges on socio-economic policy in the Netherlands, 1986–1998 [Text] / R. Thomson // European Journal of Political Research. – 2001. – P.171–197.

10. Zhugan V. Pryrecheni na populizm. Miscevi vybory po vsij Ukrayini peretvoryat'sya na Chernigiv 2.0. [Elektronnyj resurs] / V. Zhugan // Anty'kor. – 15 avgusta 2015. – Rezhym dostupu: <http://>