

**НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ НАУК УКРАЇНИ  
ІНСТИТУТ ДЕРЖАВИ І ПРАВА ІМЕНІ В. М. КОРЕЦЬКОГО**

**ГОДНИЙ Сергій Петрович**

УДК 328.184+008:32

**ІНСТИТУТ ЛОБІЗМУ В ПОЛІТИЦІ ЯК ЧИННИК  
ДЕМОКРАТИЗАЦІЇ УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА**

23.00.02 – політичні інститути та процеси

**АВТОРЕФЕРАТ**  
дисертації на здобуття наукового ступеня  
кандидата політичних наук

Київ – 2019

Дисертацією є рукопис.

Роботу виконано на кафедрі політичних наук Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова Міністерства освіти і науки України.

Науковий керівник – доктор політичних наук, професор  
**КОРНІЄНКО** Валерій Олександрович,  
Вінницький національний технічний  
університет, завідувач кафедри  
суспільно-політичних наук

Офіційні опоненти:

**ПРИМУШ** Микола Васильович,  
доктор політичних наук, професор,  
Донецький національний університет  
імені Василя Стуса (м. Вінниця),  
професор кафедри політології і  
державного управління;

**АКСЕЛЬРОД** Роман Борисович,  
кандидат політичних наук, проректор з  
навчальної роботи та регіонального  
розвитку Київського національного  
університету будівництва та архітектури

Захист відбудеться 23 грудня 2019 року о 11 год. на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 26.236.01 Інституту держави і права імені В. М. Корецького НАН України (01601, м. Київ, вул. Трьохсвятительська, 4).

З дисертацією можна ознайомитися у бібліотеці Інституту держави і права імені В. М. Корецького НАН України (01601, м. Київ, вул. Трьохсвятительська, 4).

Автореферат розіслано 22 листопада 2019 року.

Вчений секретар спеціалізованої  
вченої ради, кандидат політичних наук

М. Д. Ходаківський

## ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

**Обґрунтування теми дослідження.** Інтенсифікація політичних процесів в українському суспільстві та його подальша демократизація поставили на порядок денний питання прозорості ухвалення політичних рішень, які стосуються інтересів громадян, фінансово-промислових груп, неформальних об'єднань тощо. Це зумовлює постійний науковий інтерес до феномена політичного лобізму, особливостей його впливу на стосунки між владою та громадянським суспільством.

Актуалізує проблему дослідження лобізму об'єктивна необхідність. Держава сама по собі не може достатньою мірою врахувати інтереси різних соціальних верств, прошарків, груп, які утворюють суспільство. Тому лобізм виступає важливим елементом його життєдіяльності: впливає на управлінські рішення, сприяє посиленню тону органів державної влади й управління, надає їм необхідної динаміки та гнучкості; постає інструментом самоорганізації громадянського суспільства, забезпечує суспільну підтримку того чи іншого законопроекту або опонування йому, справляє безпосередній вплив на політику тощо.

Лобістська діяльність в Україні не має конкретного правового підґрунтя з огляду на відсутність закону про лобіювання. Як наслідок, сьогодні розуміння лобізму отримало дещо розширене тлумачення: лобістами прийнято називати всіх, хто має хоч якесь відношення до лобістської діяльності. Це призвело до того, що з'явився досить стійкий і одночасно шкідливий міф про «дикий лобізм», який фактично поставив у суспільній свідомості знак рівності між лобізмом і корупцією. небезпека такого уявлення полягає в тому, що слідом за формуванням негативного образу лобістів можуть поставати заходи деструктивного характеру, які порушують механізми представництва інтересів.

Важливість дослідження проблеми політичного лобіювання як чинника демократичного розвитку зумовлює підвищений інтерес до неї з боку багатьох вітчизняних й зарубіжних науковців-політологів.

До числа важливих наукових розробок слід віднести праці західних дослідників Дж. Беррі, А. Болла, М. Мінца, Д. Коена та ін. Окремі аспекти плюралістичної теорії груп висвітлено в працях російських фахівців: М. Анохіна, Т. Аравіної, О. Барвіна, О. Белоусова, О. Бінецького, О. Бобрової, І. Богдановської, О. Борєва, Т. Бордачова, І. Бусигіної, І. Вавочкіної, Т. Виноградової, К. Вяткіна, Є. Галумова, Є. Гусевої, Є. Дегтерьової, Є. Зверєва, С. Зотова, М. Зяблюка, М. Іванова, Л. Іллічевої, С. Котяєва, В. Лепьохіна, О. Любімова, Є. Махортова, І. Мінтусова,

Є. Мінченка, С. Перегудова, П. Толстих, С. Черногорцевої, Ф. Шамхалова та ін.

Вітчизняні розробки з окремих аспектів лобізму як суспільного феномена представлено на сьогодні у дослідженнях В. Андрущенка, О. Войнич, Д. Базилевича, В. Бебика, О. Велешко, Д. Виговського, Ю. Ганжурова, Л. Герасиної, А. Горецької, Н. Гнатенко, Н. Гричиної, О. Гросфельд, Л. Губерського, Т. Гуровської, О. Дягілева, Ю. Зущика, В. Капустян, О. Карпенка, Ф. Кирилюка, В. Королька, В. Корнієнка, В. Коростей, А. Лавренова, Я. Левандовської, О. Лісничука, Є. Макаренко, Р. Мацкевич, М. Михальченка, В. Моїсеєва, Д. Монастирського, М. Недюхи, В. Нестерович, О. Одинцової, М. Обушного, М. Ожевана, О. Панкратова, Г. Почепцова, А. Піонтковської, І. Рейгеровича, М. Росенко, Ю. Сабанадзе, Т. Телькіної, С. Телешуна, Є. Тихомірової, А. Трофименка, В. Федоренка, М. Федорина, М. Хилька, О. Салтовського та ін. Результати досліджень та висновки згаданих фахівців були враховані в дисертаційній роботі.

Аналіз наукових досліджень засвідчує, що феномен лобізму в політичній науці повністю не вивчений. Наявні дослідження в основному базуються або на соціологічному, або на юридично-правових методах аналізу проблеми. Сьогодні у вітчизняній політології відсутні теоретичні дослідження культури політичного лобіювання, необхідність вивчення якого актуалізується подальшим процесом демократизації українського суспільства. З огляду на це зазначена наукова проблема є важливою для вітчизняної політології і політичної практики.

**Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами, грантами.** Обраний напрям дослідження пов'язаний із комплексною науковою темою кафедри політичних наук «Проблеми політичної модернізації і трансформації: світовий досвід і українські реалії», що входить до Тематичного плану науково-дослідних робіт Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова, науковий напрям «Дослідження проблем гуманітарних наук», затверджений Вченою радою НПУ імені М. П. Драгоманова (протокол № 6 від 26 грудня 2013 р.). Тема дисертації затверджена рішенням Вченої ради НПУ імені М. П. Драгоманова (протокол № 4 від 1 грудня 2016 р.).

**Метою** дисертаційної роботи є дослідження інституту лобізму в політиці, виявлення його особливостей в контексті демократичного розвитку українського суспільства. Для реалізації вказаної мети поставлено такі **завдання**:

– дослідити процес концептуалізації феномена політичного лобізму в історичній генезі;

- визначити методологічні підходи до виявлення сутності політичного лобізму;
- охарактеризувати різновиди лобізму, його форми, детермінанти та суспільно-значущі функції;
- розкрити соціокультурне значення лобізму як елемента демократичного суспільства;
- описати зарубіжний досвід впровадження етико-політичних засад лобіювання в контексті українських реалій;
- проаналізувати культурно-моральні та ментальні детермінанти політичного лобізму в Україні;
- з'ясувати проблеми та шляхи оптимізації політичного лобіювання в українському суспільстві;
- обґрунтувати комунікативну роль лобізму в українській політиці;
- показати значення депутатської етики як важливого чинника вдосконалення політичного лобіювання в українському суспільстві.

**Об'єктом дослідження** є лобізм як феномен сучасного суспільно-політичного життя.

**Предметом дослідження** є процес формування інституту лобізму в політиці як чинника демократизації сучасного українського суспільства.

**Методи дослідження.** Для розв'язання завдань, поставлених у дисертаційній роботі, автор спирався на систему філософських, загальнонаукових і спеціальних методів дослідження.

Завдяки діалектичному методу було з'ясовано процес розвитку об'єкта дослідження, його взаємозв'язок із зовнішніми факторами та внутрішніми суперечностями, що обумовило їх логічну й системну єдність. Використано також загальнонаукові методи – описовий, герменевтико-політологічний – для аналізу концептуальних засад дослідження. Застосування системного методу дозволило розглядати механізм лобістської діяльності як комплекс заходів впливу на органи влади з метою досягнення необхідних політичних рішень.

Структурно-функціональний метод застосовано з метою дослідження загальної сутності цивілізованого лобізму в політичній культурі суспільства; компаративний – для дослідження та аналізу європейської специфіки цивілізованого лобізму в сучасному політичному середовищі; інституційний – для виявлення спільних і відмінних характеристик легітимації лобізму; загальнологічні – емпіричний, статистичний, прогностичного моделювання та аналізу – для дослідження ефективності та динаміки технологій європейської моделі лобізму.

Нормативно-ціннісний метод було використано з метою оцінки значення феномена лобізму в політичній культурі в контексті

демократизації політичної системи. Історичний метод посприяв аналізу еволюції становлення лобізму як політичного інституту, виявленню етапів і закономірностей інституціоналізації лобізму в різних країнах та особливостей його становлення в Україні. Застосування інституційного методу зумовило пізнання форм державної й правової організації у вигляді відповідних соціальних інститутів, тобто стійких комплексів формальних і неформальних правил, принципів, норм, настанов, що регулюють різні сфери людської діяльності й організують їх у певну соціальну систему. Застосування соціологічного методу надало можливість проаналізувати лобізм в контексті особливостей соціального життя, інтересів і політичних уподобань різних соціальних груп.

**Наукова новизна отриманих результатів** визначається тим, що дисертаційна робота є самостійним комплексним дослідженням інституту політичного лобізму як чинника демократизації українського суспільства, що містить аналіз новітніх тенденцій теорії і практики його легітимації в політичній взаємодії владних інститутів, лобі-груп та громадянського суспільства.

*Уперше:*

– у вітчизняній політичній науці обґрунтовано використання політико-культурного підходу до функціонування інституту політичного лобізму. Визначено, що політичне лобіювання є специфічним інститутом політичної системи, специфіка якого визначається існуючими особливостями відповідних державних традицій, конституційного устрою, відмінностями економічних систем, історичними особливостями, традиціями культури суспільства як політичної, так і управлінської;

– розкривається поняття «культура політичного лобізму», під якою слід розуміти процес лобіювання, що базується на діалектиці співвідношення об'єктивних чинників – його практичної інституціоналізації через конкретно існуючу правову базу та суб'єктивної складової – морально-етичних основ та політичних цінностей суб'єктів політичного лобіювання, існуючий рівень демократичного розвитку суспільства;

– лобізм в українській політиці розглядається як специфічна модель політичної комунікації між політичними суб'єктами, в результаті якої розширюється інформаційна база політичних рішень. Сутнісними характеристиками цієї моделі виступають різноманітні комунікаційні ресурси: електоральні, фінансові, адміністративні тощо, які специфічним чином знаходяться у діалектичній взаємодії і в кінцевому підсумку через взаємовплив політичних суб'єктів один на одного обмінюються на владні повноваження.

*Поглиблено:*

– розуміння «цивілізованого лобізму», характерною ознакою якого є спрямований вплив на процеси ухвалення рішень на рівні законодавчих та виконавчих інститутів для просування політичних, неполітичних, корпоративних інтересів зацікавлених груп;

– ідею, згідно якої лобізм є об'єктивним явищем політичної системи, що допускає плюралізм як норму своєї життєдіяльності. Доведено, що найбільш розвинені системи лобістської діяльності сьогодні існують в країнах, які використовують плюралістичну модель взаємовідносин влади з представниками груп інтересів. Ступінь розвиненості, цивілізованості, інтенсивності використання та ефективності лобізму визначається характером політичного режиму, політичною культурою, історичними традиціями, особливостями конкретної країни;

– сутність методологічних підходів до визначення лобізму. З огляду на наявність великої кількості визначень цього явища в зарубіжній і вітчизняній науці, можна говорити про існування таких основних підходів: професійно-компетентісного, корпоративістського, інституційного, комунікаційного, плюралістичного, мережевого, функціонального, політологічного.

*Дістали подальший розвиток:*

– розуміння моделей лобіювання, які реалізуються сьогодні в політичних системах різних держав і регіонів: інституційна плюралістична; інституційна корпоративна; неінституційна корпоративна; квазіінституційна корпоративна. А також квазіінституційна плюралістична; неінституційна плюралістична;

– аналіз феномена лобізму як соціокультурної характеристики демократії. Лобізм як соціальне явище має всі атрибути політичної цінності з огляду на те, що вважається притаманним саме демократичному суспільству, яким є й українське;

– етичний підхід до лобізму, який слід вважати відносно новим і таким, що, зазвичай, не згадується в аналітичній вітчизняній літературі. Етичне розуміння лобізму сприятиме подоланню негативних сторін лобістської діяльності, які традиційно викликають стурбованість із точки зору розвитку демократії.

**Практичне значення отриманих результатів** полягає в тому, що основні теоретичні положення та висновки роботи можуть бути запропоновані для формування стратегій розвитку суспільства шляхом легітимації лобізму в Україні, використані для поглиблення подальших наукових досліджень, враховані у діяльності урядових, політичних і суспільних інституцій, в практиці політичних партій, громадських

об'єднань та інших організацій, які займаються питаннями становлення громадянського суспільства та розвитку політичної системи держави.

Теоретичні узагальнення, матеріали, висновки та рекомендації дисертаційної роботи можуть доповнити зміст навчальних курсів політологічного характеру, зокрема, з теорії комунікацій, зв'язків із громадськістю в міжнародних відносинах, європейських комунікацій, аналізу соціальних систем, політичної психології, практики сучасних комунікативних технологій та інших дисциплін для студентів вищих навчальних закладів України. Практичне застосування результатів дослідження можливе при розробці навчальних програм із соціально-політичних дисциплін: «Політології», «Політичного менеджменту», «Політичної соціології» тощо. Матеріали дослідження також можуть бути використані на факультативних заняттях студентами і аспірантами гуманітарних факультетів.

**Особистий внесок здобувача.** Наукові результати дослідження отримані автором самостійно. Безпосередньо автором здійснено: інформаційний пошук та аналіз джерел за темою; обґрунтовано використання політологічного підходу до вивчення феномену лобізму; проаналізовано останній в якості специфічної моделі політичної комунікації в українському суспільстві. Із 17 опублікованих наукових праць 6 – у співавторстві (загальним обсягом 3,04 д.а.). Співавторами наукових праць є науковий керівник та науковці, спільно з якими проведені дослідження (О. Буряченко, В. Корнієнко, І. Похило). У цих працях дисертанту належить фактичний матеріал і творчий доробок. Особистий внесок здобувача складає 1,39 д. а.

**Апробація результатів дисертаційного дослідження.** Дисертація обговорювалася на засіданнях кафедри політичних наук НПУ імені М. П. Драгоманова. Результати дослідження доповідалися на звітних семінарах аспірантів, наукових конференціях міжнародного та всеукраїнського рівнів, а саме: Міжнародній науковій конференції «Соціум. Наука. Культура» (Київ, 18–20 січня 2016 р.); XLV науково-технічна конференція гуманітарних підрозділів (Вінниця, 2–4 травня 2016 р.); XLVI науково-технічній конференції підрозділів ВНТУ (Вінниця, 22–24 березня 2017 р.); міжвузівській науково-практичній конференції «Науково-дослідна робота студентів: формування особистості майбутнього вченого, фахівця високої кваліфікації» (Вінниця, 18 квітня 2018 р.); XLVII Науково-технічній конференції Інституту соціально-гуманітарних наук (Вінниця, 4–6 березня 2018 р.); регіональній науково-практичній Інтернет-конференції студентів, аспірантів та молодих науковців «Молодь в науці: дослідження, проблеми, перспективи (Вінниця, 11–30 травня 2019 р.).



**Публікації.** За темою дисертації опубліковано 17 наукових праць, із них: 3 статті – у фахових виданнях України з політичних наук; 3 статті у зарубіжних фахових виданнях і виданнях України, які включені до міжнародних наукометричних баз; 11 наукових праць засвідчують апробацію матеріалів дисертації та додатково відображають отримані наукові результати.

**Структура та обсяг дисертації.** Дисертація, викладена на 220 сторінках друкованого тексту, складається з анотацій, вступу, трьох розділів, дев'яти підрозділів, загальних висновків, списку використаних джерел та 5 додатків. Обсяг основного тексту складає 170 сторінок друкованого тексту. Список використаних джерел містить 303 найменувань, з них 224 кирилицею та 79 латиницею.

## ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У **Вступі** обґрунтовано актуальність обраної теми, визначено об'єкт, предмет дослідження, його мету та завдання, охарактеризовано методи дослідження, розкрито наукову новизну і практичне значення, вказано форми апробації та наведено відомості про структуру дисертації.

У **першому розділі – «Теоретико-методологічні засади дослідження політичного лобізму»** – дисертантом визначено категоріальний апарат та методологічний інструментарій феномена політичного лобізму, описується еволюція поняття «політичний лобізм», розкривається його сутність у сучасному науковому дискурсі.

У **підрозділі 1.1 – «Феномен лобізму в історії політичної думки»** – автором охарактеризовано підходи до трактування й оцінки політичного лобізму в процесі еволюції суспільства й суспільно-політичної думки. Політичне лобіювання дисертант визначає як систему і практику реалізації інтересів різних груп громадян, специфічний інститут політичної системи, що визначає механізм впливу приватних чи суспільних організацій – політичних партій, корпорацій, союзів тощо – на прийняття рішень парламентом.

Прослідковано генезу розвитку лобізму як суспільного явища від Стародавнього світу до сьогодення. Відзначається, що в цілому до початку ХХ століття лобізм ґрунтувався на фаворитизмі, був непрофесійним, епізодичним і практично невіддільним від корупції. Становлення лобізму як явища суспільно-політичного життя відбулося в США, де феномен лобізму набув політичного відтінку, а під терміном «лобіювання» стали розуміти купівлю голосів за гроші в конгресі. В 1876 році вперше у світовій історії був прийнятий закон, що регулював лобістську діяльність. Дисертант зазначає, що в політичній системі

радянського періоду існувала складна і збалансована система лобіювання, яка включала в себе галузеву, регіональну і корпоративну (союзи композиторів, письменників, художників тощо) мережу лобістів. Вона замикалася на вертикально вибудованій системі ЦК союзних республік, крайкомів, обкомів і райкомів партії.

В Україні явище лобізму має свої унікальні форми. Основними з них є: прямий одноособовий (індивідуальний) лобізм, що ґрунтується на особистих зв'язках підприємців із чиновниками; «тіньовий» тип лобіювання, що здійснюється у структурах виконавчої влади; клановий лобізм, як різновид «тіньового» – просування інтересів підприємств чи компаній, які належать кланам (бізнес-політичним групам).

*У підрозділі 1.2 – «Методологічні підходи до визначення сутності політичного лобізму»* – автор з'ясував, що незважаючи на широкий науковий інтерес до феномену лобізму з боку науковців, методологічне забезпечення дослідження цього феномена поки що слід вважати недостатнім.

З'ясовано, що основними методами лобіювання є: розробка законопроектів, виступи і слухання в комісіях парламенту, особисті зустрічі, контакти, переговори, формування громадської думки, кампанія «тиску з місць», підготовка та розповсюдження результатів наукових досліджень, фінансування виборчої кампанії тощо. Слід у цілому говорити про існування таких основних методологічних підходів щодо дослідження лобізму: професійно-компетентісний, корпоративістський, інституційний, комунікаційний, плюралістичний, мережевий, функціональний, політологічний.

*У підрозділі 1.3 – «Різновиди лобізму, його форми, детермінанти та суспільно-значущі функції»* – автором досліджено, що в цілому, різноманітність національних варіантів лобізму зводиться до двох існуючих моделей: англо-саксонської (плюралістичної) і європейської або континентальної (корпоративістської). Найбільш відомим зразком плюралістичної системи груп інтересів є Сполучені Штати Америки, Канада і Нова Зеландія.

У науковій літературі можна існує й інша класифікація моделей лобіювання, яка певною мірою доповнює описані: інституційна плюралістична; інституційна корпоративна; неінституційна корпоративна; квазіінституційна корпоративна. А також мають місце дві теоретичні моделі лобізму: квазіінституційна плюралістична; неінституційна плюралістична. Квазіінституційна корпоративна модель отримала своє поширення і в сучасній Україні.

Автором з'ясовано, що за формою види лобіювання можна поділити на безпосереднє і опосередковане, сплановане і спонтанне,

плюралістичне і корпоративне, ситуаційне і стратегічне, законне і незаконне (кримінальне), а також пряме і непряме. За змістом види лобіювання поділяються на активне і пасивне, емоційне і раціональне, разове і постійне, індивідуально-відокремлене, ефективне і неефективне, конструктивне і неконструктивне. У різноманітті функцій, приписуваних лобізму, виділяються дві найбільш поширених: інформаційна і посередницька.

У другому розділі – **«Соціокультурні основи функціонування інституту лобізму в українському суспільстві»** – досліджується феномен лобізму як певної суспільної цінності, визначаються етико-політичні засади лобіювання в українському суспільстві в контексті зарубіжного досвіду, охарактеризовано культурно-моральні та ментальні детермінанти політичного лобіювання в Україні.

У підрозділі 2.1 – *«Лобізм як соціокультурний феномен демократичного суспільства»* – зазначено, що лобізм як соціальне явище має всі атрибути політичної цінності з огляду на те, що він вважається притаманним саме демократичному суспільству, до якого належить і Україна. Держава зацікавлена в існуванні лобізму, оскільки сама по собі не може достатньою мірою взяти до уваги інтереси різних соціальних верств, прошарків, груп, що утворюють суспільство.

Політична цінність лобізму полягає в тому, що він здатний подолати так званий «конфлікт інтересів» в політиці й політичну корупцію. Лобізм як політико-комунікативна цінність – форма взаємодії, взаємин і комунікації індивідів або груп індивідів. Як політико-економічна цінність – діяльність різних професійних, громадянських зацікавлених груп, що виникає на базі державної економіки, фінансово-промислового і малого підприємництва, спрямована на представництво громадських або корпоративних інтересів в органах державної влади. Як політико-правова цінність – участь у політичному житті суспільства за допомогою впливу на формування політичної волі громадян, участь у виборах в органи державної влади і органи місцевого самоврядування.

У підрозділі 2.2 – *«Етичні засади політичного лобізму: зарубіжний досвід в українському контексті»* – автор дослідив, що в умовах демократичного розвитку суспільства саме етичне регулювання лобізму сприятиме подоланню негативних сторін лобістської діяльності, які традиційно викликають стурбованість із точки зору розвитку демократії.

З’ясовано, що важливим джерелом етичного регулювання лобізму в європейських країнах виступають декларації, рекомендації, доповіді та наукові дослідження громадських і міжнародних організацій, діяльність яких спрямована на вдосконалення державної політики та управління в

різних аспектах: розвиток демократії, викорінення корупції, підвищення ефективності, збільшення прозорості, посилення справедливості тощо.

Основні ідеї щодо етичного регулювання лобізму формулюються в зазначених джерелах у вигляді принципів лобістської етики. У них висвітлюються складні аспекти лобіювання і постулюються моделі належної поведінки лобістів у типових ситуаціях. Чесність, відкритість, законність, професіоналізм і відповідальність перед суспільством є основоположними ідеями етичного регулювання лобізму.

У підрозділі 2.3 – *«Моральні та ментальні детермінанти політичного лобізму в Україні»* – автором визначається, що в процесі лобіювання слід виділити морально-культурний аспект. Розробка найбільш ефективних стратегій взаємодії громадян, груп інтересів із владою, опосередкованих лобізмом, повинна враховувати політичну культуру суспільства та ментальність громадян. Моральний вимір є суттєвим зрізом політичної культури. Він містить у собі цінності, норми, переконання, моральні почуття, які дають змогу суб'єктам політики пізнавати, оцінювати політичне поле з позицій блага та емоційно реагувати на політичні події, що зумовлюють їх поведінку. Ментальність як складова групової свідомості дозволяє зрозуміти своєрідність сприйняття і оцінки різними соціальними групами того чи іншого суспільного явища або процесу, пояснити характер і специфіку поведінки представників таких груп, у тому числі фактор сприйняття чи неприйняття лобізму суспільною свідомістю.

Дисертант вважає, що відсутність правового оформлення лобізму в Україні є підґрунтям, що дозволяє ототожнювати його з корупцією.

У третьому розділі – **«Стан та перспективи розвитку інституту політичного лобізму в Україні»** – лобізм розглядається як специфічна форма політичної комунікації, порушується питання депутатської етики при вирішенні політичних питань, які опосередковуються лобізмом.

У підрозділі 3.1 – *«Проблеми та оптимізація політичного лобіювання в українському суспільстві»* – розкривається сутність терміна «культура політичного лобізму» у співвідношенні із поняттям «цивілізований лобізм». Підкреслюється, що ці категорії не є синонімічними, але одночасно вони є діалектично пов'язаними в тому сенсі, що розуміння цивілізованого лобізму є певним базисом, принциповою основою, характеристикою основних параметрів, без яких розуміння «культури політичного лобізму» не існує. Українською специфікою є існування тотальної економічної залежності партійних сил від олігархів, яка проявляється на всіх рівнях – національному, локальному та «районному». Лобісти живуть за рахунок налагоджених «тіньових» каналів просування приватних інтересів. Задіяні в них

органи публічної влади зростають на корупційному ґрунті.

У корупційній системі влади неможливо говорити про «культуру політичного лобізму». З огляду на це дисертант робить висновок, що культура політичного лобізму в Україні потребує планомірної роботи владних органів, які мають розглядати цей напрям як одну з найважливіших умов подальшого успішного процесу демократизації української політичної системи та суспільства в цілому.

У підрозділі 3.2 – *«Підвищення комунікативної ролі лобізму в українській політиці»* – визначається, що феномен лобізму за своєю суттю є явищем комунікаційним: лобісти використовують найрізноманітніші комунікаційні ресурси. Зроблено висновок: в українських політичних умовах не вистачає комунікативних каналів між елітою і громадянами, що суттєво впливає на політичну свідомість і політичну культуру громадян. Визначено, що серед існуючих моделей політичної комунікації (Г. Лассуелла, Р. Бреддока, Й. Бродвіка, Б. ван Каама) немає жодної, яка була б спеціально створена для аналізу лобістської комунікації. У контексті дослідження найбільший інтерес становить модель Ж.-М. Коттре, яка видається найбільш прийнятною для визначення специфіки лобізму в українському суспільстві. Вона найбільше відповідає тій реальності в Україні, яка отримала назву «олігархономіка» (олігархічна економіка). Це своєрідна форма організаційного зв'язку олігархічного прошарку суспільства із його економікою (в тому числі й завдяки лобіюванню економічних інтересів олігархів), який формується поза межами ринкових механізмів й призводить до руйнації країни.

У підрозділі 3.3 – *«Депутатська етика як чинник удосконалення політичного лобіювання»* – досліджуються питання, пов'язані із депутатською етикою як чинником розвитку культури політичного лобіювання. Важливий аспект політичної етики – моральні самообмеження політиків, депутатів. Автор доходить висновку, що необхідність забезпечення довіри громадян та ефективне функціонування влади спонукають до підтримки етичного режиму та створення етичної інфраструктури депутатської діяльності, що допомагає виділити й упорядкувати її етичний простір, дає змогу чітко виписати ціннісно-нормативні складові етики представників влади. Одним із елементів етичного реформування в публічному управлінні, складовою інфраструктури депутатської діяльності, інструментом підтримки депутатської етики повинні стати кодекси поведінки депутатів. У сфері депутатської діяльності кодекс поведінки має забезпечити етично коректне функціонування депутатів та попередити використання депутатських повноважень із корисливими цілями.

У **висновках** узагальнено основні ідеї і положення дисертаційного дослідження, що мають наукове і практичне значення.

1. Лобізм у тій чи іншій формі існує в будь-якій політичній системі та має етнопсихологічні та історико-культурні відмінності. Характер його функціонування залежить від прихильності до традицій, законслухняності, загальноприйнятих норм поведінки, тощо. У свою чергу, політичне лобіювання можна визначити як систему і практику реалізації інтересів різних груп громадян, специфічний інститут політичної системи, що визначає механізм впливу приватних чи суспільних організацій – політичних партій, корпорацій, союзів тощо – на прийняття рішень парламентом. Є всі підстави говорити про об'єктивну необхідність існування інституту лобізму, яка полягає в тому, що держава сама по собі не може достатньою мірою взяти до уваги інтереси різних соціальних верств, прошарків, груп, що утворюють суспільство. Феномен лобізму слід розуміти як важливий чинник демократичного розвитку, спосіб захисту політичних, громадських та корпоративних інтересів.

2. Аналіз вітчизняної та зарубіжної наукової літератури свідчить про наявність широкого спектра науково-теоретичних підходів до вивчення лобізму як політичного явища: професійно-компетентісного, корпоративістського, інституційного, комунікаційного, плюралістичного, мережевого, функціонального, політологічного. Одноставного розуміння лобізму сьогодні не існує: його визначення, які пропонують дослідники у своїх роботах, мають різне концептуальне наповнення в залежності від тієї складової, яка вивчається конкретним автором. Деякі дослідники використовують цей термін достатньо недбало, ототожнюючи його із корупцією; інші проводять чітку межу між лобізмом, корупцією, зв'язками з органами влади, зв'язками з громадськістю, захистом інтересів, публічною політикою; треті розрізняють лобізм «тіньовий» і лобізм легальний. Специфіка лобізму найбільш повно розкривається в паралельному застосуванні інституційного та комунікативного підходів, через вивчення яких розкриваються особливості взаємодії інститутів політичної системи, які транслиують різноманітні інтереси в сферу повноважень держави за допомогою формальних і неформальних правил комунікацій.

3. Ступінь розвиненості, цивілізованості, інтенсивності використання та ефективності лобізму в цілому – визначаються характером політичного режиму, демократичністю суспільства, історичними традиціями й іншими особливостями кожної конкретної країни. Різноманітність національних варіантів лобізму зводиться до двох

існуючих моделей: англо-саксонської (плюралістичної) і європейської або континентальної (корпоративістської). У науковій літературі можна зустріти іншу класифікацію моделей лобіювання, які реалізуються сьогодні в політичних системах різних держав і регіонів: інституційна плюралістична, інституційна корпоративна, неінституційна корпоративна, квазіінституційна корпоративна. А також дві теоретичні моделі лобізму: квазіінституційна плюралістична, неінституційна плюралістична.

Квазіінституційна корпоративна модель отримала своє поширення і в сучасній Україні. Вона характеризується такими особливостями: відсутністю плюралізму суб'єктів лобізму: тиск на органи влади переважно надає корпоративний сектор (бізнес, союзи і асоціації та ін.); відстороненням рядових громадян частково або повністю від впливу на прийняття політично значущих рішень; розширенням практики використання лобістами неформальних методів впливу, діяльність яких переважно носить неспеціалізований характер і здійснюється безпосередньо суб'єктами лобіювання; відсутністю законодавчої бази, що регулює лобізм, існуванням ряду формальних організацій, за якими законодавство визначає можливості для легального лобіювання, а серед основних напрямків їх діяльності визнає функцію представництва інтересів різних соціально-економічних і політичних груп в органах державної влади.

4. Лобізм як соціальний феномен можна вважати своєрідною політичною цінністю з огляду на те, що він вважається притаманним саме демократичним суспільствам, до яких належить і Україна. Ціннісний потенціал лобізму як суспільного феномена виявляється насамперед у його суспільно-значущих функціях: посередництво між суспільством та державою; заміщення представництва; інформаційна функція; постановка актуальних питань; упорядкування плюралізму суспільної думки тощо.

Однією з основних цінностей лобізму є постійне коректування діяльності органів влади відповідно до динаміки зміни інтересів громадянського суспільства. Саме лобізм виступає посередником у діалозі між владою і суспільством, посилюючи тим самим інтегративні тенденції соціального розвитку, перешкоджає стагнації в розвитку соціального процесу, оскільки його діяльність має на меті постійне стимулювання вільного обміну соціальною інформацією.

5. Етичний підхід до лобізму слід вважати відносно новим і таким, що, зазвичай, не згадується в аналітичній вітчизняній літературі щодо розуміння лобізму. Етичне регулювання лобізму сприятиме подоланню негативних сторін лобістської діяльності, які традиційно викликають стурбованість із точки зору розвитку демократії. Саме етика поряд з

правовою регламентацією сприятиме подоланню негативних сторін лобізму і надасть лобізму культурно-цивілізованих форм. Завдяки етиці інститут лобізму вдосконалюється і в сучасних умовах здатний краще виконувати свою основну функцію взаємозв'язку між громадянським суспільством і органами державної влади. Тим самим лобізм забезпечує свій внесок у формування ефективної державної політики, залучаючи широке коло соціальних інтересів у політичний процес і покращуючи якість демократичної конкуренції при прийнятті владних рішень.

6. Показано, що специфіка лобізму визначається існуючими особливостями відповідних державних традицій, конституційним устроєм, відмінностями економічних систем, історичними особливостями, традиціями культури суспільства – як політичної, так і управлінської. Якщо для західної культурної моделі характерний низький рівень корупції, яка сприймається суспільством як порушення закону, то для східної традиції характерним є матеріальне стимулювання осіб, які приймають рішення, корупція тут – звичне, суспільно-прийнятне культурне і економічне явище. Аналіз ставлення суспільства до взаємин громадян і влади дозволяє сформулювати тезу про те, що в практиці політичного лобізму, характерній для більшості країн Європейського Союзу, спостерігається більш сильний соціальний контроль, як і більш сильний вплив громадської думки на владу і бізнес, ніж в Україні.

7. Інститут лобізму залишається все ще неврегульованим на законодавчому рівні. Відсутність закону про лобістську діяльність знижує можливості суспільства контролювати лобізм, усувати його негативні сторони, тому за сучасних умов лобістська діяльність в Україні розгортається в політичній комунікації як неформалізована у правовому відношенні. Відсутність правового оформлення лобізму в Україні є підґрунтям, що дозволяє ототожнювати його із корупцією. Ототожнення політичного лобізму безпосередньо з корупцією, з одного боку, дискредитує його, а з іншого – свідчить про недостатньо високий рівень політичної культури українського суспільства.

8. Феномен лобізму за своєю суттю є специфічною формою політичної комунікації, що діалектично опосередковується рівнем розвитку демократії в суспільстві. Комунікація сьогодні виступає головним ресурсом влади, оскільки ні гроші, ні виробничі фонди, ні владні повноваження не існують самі по собі, автономно, поза комунікацією. Комунікативний прояв лобізму дає змогу розширити інформаційну базу політичних рішень, що приймаються, інформувати відповідні державні органи про певні нагальні проблеми.

Серед основних моделей комунікативного процесу (Г. Лассуелла,



М. Дефлера, Й. Бродвіка і Б. ван Каама, Ж.-М. Коттре) найбільший інтерес становить модель Ж.-М. Коттре, яка видається найбільш прийнятною для визначення специфіки лобіювання в українському суспільстві. Вона найбільше відповідає тій реальності в Україні, яка отримала назву «олігархономіка» (олігархічна економіка). Це своєрідна форма організаційного зв'язку олігархічного прошарку суспільства із його економікою (в тому числі й завдяки лобіюванню економічних інтересів олігархів), який формується поза межами ринкових механізмів й призводить до руйнації країни.

9. Аналіз чинників, що обумовили становлення інституту лобізму в Україні, дозволяє констатувати, що «український лобізм» відрізняється від базової моделі лобіювання, яка існує в зарубіжній політичній практиці. При цьому професійні лобісти та лобістські організації здійснюють свою діяльність публічно – або в чітко встановлених законом рамках, або під пильним громадським контролем. В сучасній Україні діє схема, в якій лобіст і політик (чиновник) фактично поєднані в одній особі. Тому питання, що пов'язані з депутатською етикою уявляються надзвичайно важливими в контексті розв'язання проблем, пов'язаних із процесами політичного лобіювання.

10. Одним із елементів широкого етичного реформування в публічному управлінні, складовою етичної інфраструктури депутатської діяльності, інструментом підтримки депутатської етики повинні стати кодекси поведінки депутатів. У сфері депутатської діяльності кодекс поведінки має забезпечити ефективне етично коректне функціонування депутатів та попередити використання депутатських повноважень з корисливими цілями. У контексті боротьби з корупцією в цих кодексах особливу увагу слід приділити проблемам декларування доходів; конфлікту інтересів; отриманню приватних подарунків; сумісництву в приватному секторі й позапарламентським доходам, включно з гонорарами; володінню фінансовими активами та іншою прибутковою власністю; лобіюванню; роботі в приватному секторі колишніх законодавців; санкціям. Кодекс поведінки депутатів повинен стати дієвим інструментом підтримки депутатської етики, чинником утвердження суспільної довіри та партнерських відносин між владою і громадянами, якщо він цілісно позначає та регламентує основні етичні проблеми депутатської діяльності.

Дослідження функціонування інституту лобізму в українській політиці відкриває нові перспективи вивчення цього феномену не лише в політичному, а й у більш широкому міждисциплінарному аспекті, з огляду на те, що лобізм як соціальне явище є іманентною, суттєвою ознакою демократичного суспільства.

## СПИСОК ПУБЛІКАЦІЙ ЗДОБУВАЧА ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

### Наукові праці, в яких опубліковані основні наукові результати дисертації:

#### **Статті у наукових фахових виданнях України:**

1. Похило І. Д., Буряченко О. В., Годний С. П. Олігархічний лобізм як відображення репутації політичної партії. *S.P.A.C.E. (електронний науковий фаховий журнал)*. Національний університет «Одеська юридична академія», 2017. №5. С. 28–32. (авторський внесок – 0,26 д.а.).
2. Годний С. П. Етико-політичні засади лобіювання: зарубіжний досвід в українському контексті. *Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова*. Серія 22. Політичні науки та методика викладання соціально-політичних дисциплін [Відп. ред. О. В. Бабкіна]. Випуск 24: збірник наукових праць. Київ : Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2018. С. 81–86.
3. Годний С. П. Концептуалізація феномену політичного лобізму в історичній генезі. *Регіональні студії*. Ужгород, 2018. Вип. 13. С. 17–21.

#### **Статті у зарубіжних фахових виданнях і виданнях України, які включені до міжнародних наукометричних баз:**

4. Годний С. П. Лобізм: кейс-підходи до сучасного розуміння. *Гілея: науковий вісник*. Збірник наукових праць / Гол. ред. В. М. Вашкевич. Київ : Видавництво «Гілея», 2018. Вип. 135 (8). С. 309–313.
5. Годний С. П. Лобізм як політична цінність демократичного суспільства. *Гілея: науковий вісник*. Збірник наукових праць / Гол. ред. В. М. Вашкевич. К. : «Видавництво «Гілея», 2018. Вип. 137 (10). С. 307–311.
6. Годний С. П. Лобізм і теоретичні моделі політичної комунікації. *Studia Politologica Ucraino-Polona*. Випуск 8. Житомир-Київ-Краків : Вид. Євенок О. О., 2018. С. 193–199.

### Наукові праці, що засвідчують апробацію матеріалів дисертації та додатково відображають отримані наукові результати:

7. Годний С. П. Політичний лобізм як практика і чинник розвитку суспільної свідомості. *Парадигма пізнання: гуманітарні питання (науковий журнал)*. 2015. №8 (11). С. 39–49.
8. Корнієнко В. О., Годний С. П. Лобіювання як форма політичного діалогу в українському суспільстві. *Innovative solutions in modern science*.

Dubai : ТК Meganom, 2016. № 5(5). С. 39–46 (авторський внесок – 0,18 д.а.).

9. Корнієнко В. О., Годний С. П. Лобіювання як процес і чинник політичної комунікації. *Innovative solutions in modern science*. Dubai : ТК Meganom, 2016. № 7(7). С. 21–31 (авторський внесок – 0,2 д.а.).

10. Корнієнко В. О., Годний С. П. Політичне лобіювання в Україні: теоретична підойма та практичні реалії. *Політичне життя (загальнополітичний, навчальний, науковий, науково-популярний журнал)*. Донецький Національний університет, 2016. № 1. С. 29–34 (авторський внесок – 0,25 д.а.).

11. Корнієнко В. О., Годний С. П. Комунікативний потенціал лобіфеномену в сучасній українській політиці. *Вісник Донецького національного університету. Сер. : Політичні науки*. 2016. №1. С. 92–95 (авторський внесок – 0,25 д.а.).

12. Годний С. П. Культура політичного лобіювання в умовах демократизації українського суспільства. *Соціум. Наука. Культура : матеріали Міжнародної наукової конференції*. Київ, 2016. 18–20 січня. С. 9–15.

13. Годний С. П. Лобізм як форма політичної комунікації: *XLV науково-технічна конференція гуманітарних підрозділів*. Вінниця: ВНТУ, 2016. 2–4 травня.

URL: <http://conferences.vntu.edu.ua/index.php/all-hum/all-hum-2016>.

14. Корнієнко В. О., Годний С. П. Лобіювання як засіб реалізації політичних інтересів. *Innovative solutions in modern science*. Dubai : ТК Meganom, 2017. № 1(10). С. 19–25 (авторський внесок – 0,25 д.а.).

15. Годний С. П. Лобіювання в Україні: вихід із «правової тіні» : *Матеріали XLVI науково-технічної конференції підрозділів ВНТУ*, Вінниця, 22–24 березня 2017 р. URL: <https://conferences.vntu.edu.ua/index.php/all-hum/all-hum-2017/paper/view/2329>.

16. Годний С. Цивілізований лобізм в Україні: сенс і перспективи. *Науково-дослідна робота студентів: формування особистості майбутнього вченого, фахівця високої кваліфікації : матеріали міжвузівської науково-практичної конференції*. Вінниця, 18 квітня 2018 р. Т.2. Ч. 2. С. 270.

17. Годний С. П. Лобізм в Україні: проблеми інституалізації. *XLVII Науково-технічна конференція Інституту соціально-гуманітарних наук (21–23 березня)*. Вінниця : ВНТУ, 2018. URL: <https://conferences.vntu.edu.ua/index.php/all-hum/allhum2018/paper/view/4258/3481>

## АНОТАЦІЇ

**Годний С. П. Інститут лобізму в політиці як чинник демократизації українського суспільства.** – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата політичних наук за спеціальністю 23.00.02 – політичні інститути та процеси. – Інститут держави і права імені В. М. Корецького НАН України, Київ, 2019.

Проаналізовано феномен політичного лобіювання як чинник демократизації, висвітлено його особливості в контексті розвитку політичної культури і свідомості українського суспільства. Показано, що лобізм як уособлення позитивних і негативних ознак виступає важливим елементом життєдіяльності суспільства: впливає на управлінські рішення, надає діяльності органів державної влади й управління необхідної динаміки та гнучкості; постає інструментом самоорганізації громадянського суспільства, забезпечує суспільну підтримку того чи іншого законопроекту або опонування йому, справляє безпосередній вплив на політику; як специфічна форма прояву політичного плюралізму створює можливості для забезпечення інтересів меншості; сприяє реалізації вимог принципу свободи стосовно діяльності громадських організацій, політичних партій, недержавних структур-асоціацій, окремих груп населення тощо; спрямовує цілеспрямовану діяльність суспільства, стимулює інноваційні зміни, спонукає до конкретних дій; сприяє розширенню інформаційної й організаційної бази рішень; постає інструментом взаємодії представницької та виконавчої гілок влади; є засобом досягнення компромісів й укладання угод, що сприяє знаходженню рівноваги між політичними силами.

**Ключові слова:** лобізм, політичне лобіювання, функції лобізму, політична цінність, культура лобіювання, етика лобіювання, ментальні детермінанти лобіювання, політична комунікація, депутатська етика.

**Годный С. П. Институт лобизма в политике как фактор демократизации украинского общества.** – Квалификационная научная работа на правах рукописи.

Диссертация на соискание ученой степени кандидата политических наук по специальности 23.00.02 – политические институты и процессы. – Институт государства и права имени В. М. Корецкого НАН Украины, Киев, 2019.

Проанализирован феномен политического лоббирования как фактор

демократизации, рассмотрены его особенности в контексте политической культуры и сознания украинского общества. Показано, что лоббизм, как олицетворение положительных и отрицательных признаков, выступает важным элементом жизнедеятельности общества: влияет на управленческие решения, придает органам государственной власти и управления необходимую динамику и гибкость, выступает инструментом самоорганизации гражданского общества, обеспечивает общественную поддержку того или иного законопроекта или оппонирование ему, оказывает непосредственное влияние на политику; как специфическая форма проявления политического плюрализма создает возможности для обеспечения интересов меньшинства; обеспечивает реализацию требований принципа свободы относительно деятельности общественных организаций, политических партий, негосударственных структур-ассоциаций, отдельных групп населения и т. д.; ориентирует общество относительно целей, стимулирует инновационные изменения, побуждает к конкретным действиям; способствует расширению информационной и организационной базы решений; предстает инструментом взаимодействия представительной и исполнительной ветвей власти; является средством достижения компромиссов и заключения соглашений, что способствует нахождению равновесия между политическими силами.

**Ключевые слова:** лоббизм, политическое лоббирование, функции лоббизма, политическая ценность, культура лоббирования, этика лоббирования, ментальные детерминанты лоббирования, политическая коммуникация, депутатская этика.

**Godny S.P. Institute of Lobbying in Politics as a Factor of Democratization of Ukrainian Society.** – Qualifying scientific work on the rights of the manuscript.

Thesis for a candidate degree in political sciences in specialty 23.00.02 – Political institutions and processes. – Volodymyr Koretskyj Institute of State and Law? National Academy of Science of Ukraine, Kyiv, 2019.

The phenomenon of political lobbying as a factor of democratization and its peculiarities in the context of political culture and consciousness of Ukrainian society is analyzed. It is shown that lobbyism, as the personification of positive and negative features, is an important element of society's life: it influences managerial decisions, promotes tone of state authorities and administration, gives them the necessary dynamics and flexibility; emerges as a tool for the self-organization of civil society, provides public support for a bill or opposition to it, has a direct impact on politics; as a specific form of manifestation of political pluralism creates

opportunities for securing the interests of the minority; ensures implementation of the principle of freedom in relation to the activities of public organizations, political parties, non-state structures-associations, separate groups of the population, etc.; orienting towards the goals of society, stimulating innovation, inducing concrete actions; promotes the expansion of information and organizational decision making base; appears as an instrument of interaction between the representative and executive branches of government; is a means of reaching compromises and concluding agreements, which contributes to finding a balance between political forces.

For the first time, a political and cultural approach to the study of political lobbying in the context of political culture and consciousness of Ukrainian society has been applied. It has been determined that political lobbying is a system and practice for realizing the interests of different groups of citizens, which is specific to the institution of the political system, which determines the mechanism of the influence of private or public organizations – political parties, corporations, unions, etc. - on decision-making by the parliament.

The concept of «culture of political lobbying» is described, which means the process of lobbying, which is based on the moral and ethical foundations of society's development, its political culture and mental traditions of society, is mediated by the existing legal and regulatory framework that legitimizes political lobbying in society.

**Key words:** lobbyism, political lobbying, lobbying functions, political value, lobbying culture, ethics of lobbying, mental determinants of lobbying, political communication, parliamentary ethics.

---

Підп. до друку 10.11.2019. Формат 60×90<sup>1</sup>/<sub>16</sub>. Папір. офс. Гарнітура “Таймс”. Друк. офс.  
Ум. друк. арк. 0,9. Обл.-вид. арк. 0,9. Наклад 100 прим. Зам. 655.

Віддруковано у ТОВ-Видавництві “ЛОГОС” із оригіналів автора.  
Свідоцтво про внесення суб’єкта видавничої справи Державного реєстру видавців,  
виготівників і розповсюджувачів видавничої продукції  
серія ДК № 201 від 27.09.2000 р.  
01030, Київ-30, вул. Богдана Хмельницького, 10, тел. 235-60-03