

УДК 328.184

М. М. Газізов,

к.політ.н.,

доцент кафедри парламентаризму та політичного менеджменту НАДУ,

м. Київ

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПІДХОДИ ДО ДОСЛІДЖЕННЯ ФЕНОМЕНУ ЛОБІЗМУ

Розглянуто теоретичні підходи до дослідження феномену лобізму в зарубіжній та вітчизняній науковій літературі, надано авторське визначення лобізму. Проаналізовано наукові здобутки щодо класифікації концептуальних підходів до розвитку лобізму, а також підходи, що розглядають лобізм як вид професійної діяльності та складову «паблік рілейшнз». Особливу увагу приділено інституційним чинникам розвитку лобізму в країнах розвиненої демократії.

Ключові слова: лобізм, інститут лобізму, цивілізований лобізм, лобіювання, групи інтересів, інформаційний лобізм, advocaci, PR, CR-спеціаліст.

Постановка проблеми. У статті порушуються важливі питання дослідження феномену лобізму. Протягом останнього десятиріччя вітчизняні вчені намагаються розглянути це явище в межах політичних, соціально-комунікаційних, історичних, соціологічних, психологічних та юридичних наук. Однак лобізм вже давно є реалією вітчизняного суспільного життя. Тому все гостріше постає питання про його дослідження, що може стати основою не тільки для подальшого осмислення цього явища в інших науках, але й для прийняття політичних рішень щодо його державного регулювання.

Насамперед, лобісти або їх групи виконують важливу функцію посередників між громадськістю і органами держави, інформуючи останніх про інтереси окремих груп громадян, стан справ у тих чи інших сферах життя. У процесі прийняття законів та запровадження їх в життя депутати, а потім й урядові чиновники звертаються за консультаціями та порадами до професійних фахівців і експертів. Але, на відміну від знань професіоналів, знання власне громадян, пропущене через їх інтерес та репрезентоване лобістськими структурами, виявляється більш важливим як з точки зору розуміння глибин

життя, так і з огляду на легітимність рішень, що приймаються. Саме остання обставина набуває особливої ваги, оскільки доводить, що лобізм в його цивілізованих формах не є “вулицею з одностороннім рухом”. Лобісти (групи тиску на владні структури), домагаючись переваг для себе, разом з тим забезпечують сприятливі умови сприйняття суспільством і конкретними групами громадськості схвалених державою законів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій науковцями. Теоретико-методологічній розробці проблематики лобізму присвячено низку праць вітчизняних науковців, серед яких О. Автономова, Ч. Вайза, О. Гросфельд, Ю. Зушика, П. Кислого, М. Лопати, О. Любімова, Р. Мацкевича, В. Нестеровича, А. Одінцової, В. Сумської, С.Телешуна, Є.Тихомирової, П. Толстих, О. Шестакової та багатьох ін.

Терміни “лобізм” та “лобіювання” мають тривалу історію та є похідними від англійського слова “lobby” (коридор), яке в середині XVI ст. використовувалося для позначення місць для прогулянок у монастирях. У середині XVII ст. лобіюванням стали називати приміщення для прогулянок в англійській палаті общин.

Мета статті – здійснити аналіз теоретичних підходів до дослідження феномену лобізму в зарубіжній та вітчизняній літературі, обґрунтувати авторське визначення феномену лобізму, а також класифікації концептуальних підходів до його розвитку як виду професійної діяльності та складової «паблік рілейшнз».

Виклад основного матеріалу. Політичний відтінок слово набуло наприкінці XVIII ст. у Сполучених Штатах Америки. Так, першою поправкою Конституції США задекларовано право громадян звертатися до уряду з петиціями, чим закладено основу для правових норм. У 1808 р. слово “лобі” було вперше зафіксовано в протоколах Конгресу США. Під цим поняттям розуміли місце, де зацікавлені особи могли донести свою позицію, переконання до членів Палати представників чи сенаторів. Цим місцем були коридори, холи, вестибюлі.

До початку XX ст. лобізм був невіддільним від корупції й у своїй основі мав фаворитизм. Він не мав професійних ознак. У 1862 р. у США поняття “лобіювання” виникло на базі лексеми “лобі”, а в 1863 р. – “лобіст”, які вживалися для позначення різного виду корупційних діянь.

З розвитком партій та зростанням повноважень представницьких органів влади, які переймали законодавчі функції й автоматично ставали регуляторами суспільного життя, формувався новий тип відносин між владою, підприємцями. Ці відносини відзначалися прямим лобіюванням інтересів на рівні індивідуальних контактів [1].

В англomовному суспільстві більш широкого поширення отримала категорія “лобіювання”, яке набуває іншого значення як легітимність форми впливу на владу (кінець XIX – початок XX ст.). У вітчизняних і російськомовних дослідженнях, як правило, не розрізняються поняття “лобізм” і “лобіювання”, вчені вживають їх як однозначні. Однак більшість авторів розрізняє ці поняття: лобізм – в контексті системи інституту, лобіювання – діяльності процесу [1].

Важливість наукової розробки теорії лобізму, як і плюралістичної теорії груп, підкреслюють фахівці, пов’язана насамперед з тим, що у більшості країн політика лобізму має прихований характер, лише у США цей феномен набув правового статусу в 1946 р., що зробило теорію більш відкритою. Так, лобізм у США має на меті домогтися від Конгресу США, Білого Дому, міністерств та відомств, законодавчих зборів і виконавчих органів штатів ухвалення або не ухвалення тих чи інших законодавчих або адміністративних актів в інтересах певних об’єднань. Характерною рисою політичного життя в США є представництво лобі-груп в інституційних структурах та громадських організаціях.

Сьогодні лобізм є невід’ємною частиною політичної комунікації, а сам термін увійшов в обіг вітчизняних та зарубіжних політологів, експертів, державних чиновників. Термінологічна інтерпретація лобізму досить широка. У широкому сенсі під лобізмом розуміється діяльність громадян, суспільних груп,

асоціацій, бізнес-структур, корпоративних груп, партій та інших організацій, які спрямовують свої дії на державні органи влади з метою просування власних інтересів.

Прибічники іншого підходу виступають проти такого широкого тлумачення лобізму. На їх думку, наведене визначення не відображає специфіки лобізму і може бути використане під час будь-комунікації з метою відстоювання корисних інтересів

Окрім цих двох підходів до визначення феномену лобізму, існує безліч інших. Розглянемо концептуальні підходи до вивчення лобізму як феномена та важливого чинника політичної культури. Він ґрунтується на теоріях трансформаційних зрушень, демократизації політичної влади, формування громадянського суспільства, плюралістичної теорії груп та їх легітимації, теорії конкуренції та прийняття рішень. Еволюція наукової думки вплинула на термінологію, окреслила визначення явищ і понять.

Лобізм – особлива система і практика реалізації інтересів окремих організацій і різноманітних груп громадськості шляхом цілеспрямованого впливу на законодавчі та виконавчі органи державної влади [2]; діяльність соціальних груп, які відстоюють свої особливі політичні інтереси; групи тиску на органи законодавчої і виконавчої влади з метою впливу на процес ухвалення рішень органами державної влади з питань внутрішньої і зовнішньої політики [3, с. 157]; дії державних органів, законодавчих, виконавчих, судових властей, спрямовані на підтримку окремих галузей і сфер економіки держави, регіонів, підприємств, соціальних груп, зумовлені взаємодією з групами тиску [4], лобіювання – процес впливу зацікавлених груп на ухвалення рішень владними структурами; будь-яку діяльність громадян, асоціацій бізнесу, партій та інших організованих груп тиску, спрямована на відстоювання своїх активних інтересів [Там само], євролобіювання – сукупність дій, спрямованих на позиціонування, просування і легітимний захист інтересів окремої компанії або галузі в цілому, а так само заходи, спрямовані на формування і зміцнення іміджу компанії (галузі) в європейському інституційному співтоваристві; комплекс GR-

інструментів, за допомогою яких європейський бізнес легітимно відстоює свої інтереси перед європейськими інститутами [4], лобі-групи – групи організованих інтересів (громадських, соціальних, корпоративних, професійних тощо), тіньові суб'єкти політичного процесу, які застосовують неполітичні засоби впливу на прийняття політичних рішень [Там само], Government Relations (GR) – цивілізовані, законні форми взаємодії між владними інститутами та корпоративними структурами; спрямований інформаційний вплив на органи державної влади з метою формування позитивного іміджу корпоративних структур в урядових інституціях та бізнесових колах [Там само].

Концептуальні підходи до лобізму знаходять відображення у працях відомих українських фахівців, зокрема, М. Хилька, М. Михальченка, В. Королька, Г. Почепцова, В. Бебика, С. Телешуна, Ю. Сабанадзе, Є. Макаренко, О. Шевченко, В. Терещука та ін. Вітчизняна наукова думка розглядає цивілізований лобізм як чинник трансформації політичного середовища і політичного лідерства на національному та регіональному рівнях, оскільки лобізм в умовах транзитивних процесів стає невід'ємною складовою політичного, економічного та соціокультурного розвитку України.

Уявлення про суперечливу природу політичного представництва втілилися у двох концепціях: *політично-корпоративній* та *консервативно-елітарній*. Політично-корпоративна концепція передбачає, що інституції представництва фокусують інтереси, які є спільними для репрезентованих ними груп, виражають і відстоюють їх від імені й за дорученням членів цих груп. Таке представництво, вважають автори, “спрямоване знизу догори, є своєрідним посланням від повсякденного буття до чинників загальносупільної нормотворчості” [5].

У праці Т. Пояркової “Концепція демократичної політичної культури та основні тенденції її втілення в Україні” визначаються основні напрями розвитку демократичної культури в Україні, що дає можливість більш адекватно уявити особливості взаємодії влади і суспільства, зміст політичних

процесів та специфіку ухвалення рішень в інститутах, зокрема, за участю груп тиску. Формування демократичної системи в Україні, на погляд дослідниці, буде визначатися пріоритетністю держави як головного реформатора та одночасним розмиванням радянської ціннісної системи, що позначиться на поступовій переорієнтації влади з власних потреб на вимоги суспільства [6].

Такий же підхід до розуміння взаємодії владних інститутів з громадськими групами тиску, зокрема, мас-медіа, знаходимо у працях А. Чічановського, В. Шкляра та О. Мелешенка, які тлумачать політичну культуру як сукупність індивідуальних і колективних концепцій і форм активності громадян. Вони стверджують, що в існуючому суспільстві необхідні різні форми взаємодії влади і суспільства як на рівні громадських лобістів, так і на рівні урядового лобі [7].

Позитивні аспекти лобізму, за Г. Почепцовим, вбачаються в тому, що це дозволяє “узаконити деякі шляхи впливу, зменшуючи умови для породження корупції”, тобто лобізм обмежує можливості корумпованості владних інститутів, оскільки вводить процес консультування з лобі-групами і доведення їх інтересів до представницької і виконавчої влади у визначені законом рамки [8].

Погляди Г. Почепцова щодо лобізму поділяє у своїх працях Є. Тихомирова [9], яка розглядає лобізм як складову міжнародного PR, зокрема, з’ясовує об’єктивну необхідність та можливість існування цього явища і стверджує, що міжнародний лобізм, застосовуючи різноманітні технології, виявляється на національному, регіональному та глобальному рівнях. Лобіювання – специфічний вид паблік рілейшнз, пов’язаний з комунікаціями різних соціальних груп і організацій з представниками влади для захисту своїх інтересів під час прийняття тих чи інших рішень органами державної влади і управління. Відповідно до об’єктів лобіювання визначено три рівні лобізму – національний, регіональний і глобальний. Перший пов’язаний з просуванням інтересів інших держав представниками певної країни (внутрішній лобізм), а також з тиском транснаціональних корпорацій або окремих держав на уряди

інших країн з метою прийняття рішень, що відповідають їхнім інтересам (зовнішній лобізм). Останній – із впливом на рішення регіональних і міжнародних організацій.

Найбільш поширеним інструментом сучасних комунікативних технологій визнається лобізм державний, корпоративний, громадський, галузевий, профспілковий, оскільки державний лобізм забезпечує просування національних інтересів на міжнародній арені, а також на внутрішньодержавному рівні; корпоративний лобізм здійснюється фінансово-промисловими групами і є інструментом “жорсткого” або “м’якого” тиску на прийняття керівних рішень у певній сфері суспільної життєдіяльності; громадський лобізм – суспільні фонди, неурядові організації, які захищають громадські інтереси, зокрема, права людини, права виборців, права засобів масової інформації тощо.

Досить широкий спектр досліджень лобістської діяльності представлено у працях О. Шевченка. Автор подає класифікацію суб’єктів лобістської діяльності, а саме: політичних лобістів; соціальних лобістів; економічних лобістів; регіональних лобістів; іноземних лобістів [10]. О. Шевченко наголошує, що фактично, склалися дві основні моделі регулювання державою питань лобізму – *англосаксонська та європейська континентальна*. Авторка доходить висновку, що основною відмінністю західного лобізму від лобізму на території країн пострадянського простору є те, що на Заході лобісти працюють при законодавчих органах, а в країнах колишнього Радянського Союзу – при виконавчих [10].

Особливості, переваги й недоліки англосаксонської моделі регулювання лобістської діяльності також розглянуто і поглиблено в науковій праці О. Одінцової, де з’ясовується прийнятність цієї практики для інституціоналізації лобізму в Україні [10]. На думку авторки, проблема правового закріплення механізмів взаємодії суспільства та влади в процесі прийняття політичних рішень сьогодні є актуальною як для країн з розвинутою демократією, так і для країн, що розвиваються, оскільки відсутність

законодавства спричинює використання нецивілізованих форм лобіювання.

Проблемам участі громадян України в реформуванні процесів ухвалення владних рішень в умовах демократичного транзиту присвячено класичну теоретико-методологічну працю вітчизняного політолога П. Шляхтуна, в якій лобістська діяльність розглядається крізь призму взаємодії політичних владних інститутів з організованими групами інтересів та неурядовими інституціями [11].

Методологічні підходи П. Шляхтуна до розуміння сутності “груп інтересів” як лобі-груп поділяють Ф. Кирилюк, М. Михальченко, В. Бакун та ін., які тлумачать “групи інтересів” як форму опосередкування взаємозв’язку держави та громадян. У дослідженні поняття “група інтересів” визначається як “відносно стійкі людські погрупування, котрі формуються, як правило, не під дією зовнішнього примусу, а в результаті внутрішньої мотивації, під впливом цілком певних власних спонук їх членів”. Це зумовлює, як вважають науковці, пристосованість, спрямованість або й безпосередню підпорядкованість означених “груп інтересів” до вираження, відстоювання та втілення у життя владно значущих інтересів у взаєминах з державою та іншими елементами політичної організації суспільства (політичними партіями, громадськими рухами тощо).

На думку українського дослідника С. Телешуна, який приділяє значну увагу методологічним аспектам діяльності фінансово-промислових груп України як “лобі-груп”, питанням їх створення, становлення та діяльності, а також ступеня впливу на політичне життя [11], корпорації фактично “утримують” державу, яка на пострадянському просторі виступає безпосереднім користувачем послуг фінансово-політичних груп. При цьому, зауважує науковець, система корпоративних партій, які є політичними надбудовами фінансово-промислових груп, суттєво знижує можливість громадян реально впливати на процеси прийняття рішень, а значить лобіювати суспільні інтереси на рівні урядових інституцій.

Підходи С. Телешуна до розуміння специфіки лобістської діяльності

“груп тиску”, що формують основні системні контури української політики, поділяє й О. Лісничук, який вважає, що в Україні діють політико-економічні групи як симбіоз політичних, економічних та адміністративних потуг та фінансово-промислові групи як різновид політико-економічних груп, що сформувався внаслідок установа великими бізнес-угрупованнями контролю над певними сегментами промисловості через систему політико-адміністративного патронажу [11].

А. Трофименко, здійснюючи авторську класифікацію концептуальних підходів до розгляду лобізму, *виокремлює політологічний, правовий, економічний та як складову частину зв'язків з громадськістю* [1]. Підставою для включення лобізму у сферу PR є зворотний зв'язок у політичній системі соціальних структур. Особливо цей підхід поширений серед американських дослідників.

Поряд з названими підходами виокремимо як особливий підхід до лобіювання професійної діяльності GPR (government public relations – громадські зв'язки з владними структурами), більш поширена назва – GR. У наукових колах немає однозначного підходу до співвідношення лобізму та GR, оскільки одні дослідники не бачать різниці між ними, вважають ідентичними, інші розглядають лобізм як одну з функцій спеціаліста з GR або як технологію GR [12].

Ця проблема лобізму як складова Government Relations розглядається в науковій праці М. Ожевана “GR-технології взаємодії влади та бізнесу: стан та перспективи в Україні”. На думку автора, в сучасній вітчизняній політології не встановлено чіткої межі між поняттями Government Relations (GR) та лобізму, оскільки деякі науковці вважають, що ці поняття є ідентичними, або одне є складовим іншого. У професійному середовищі, зауважує науковець, GR та лобізм частіше ототожнюються з Public Affairs (PA), тобто зі зв'язками з представниками публічної політики, що особливо актуально для Європи, де термін “лобізм”, як правило, виступає синонімом PA-консалтингу [13].

Таким чином, вітчизняні дослідження відображають як найширше весь

комплекс впливу трансформаційних зрушень сучасного суспільства на діяльність владних інститутів з метою формування нового типу політичної культури, характерної для розвинутих демократій.

Зарубіжними вченими також представлено багатоаспектні дослідження, які стосуються теоретичних та прикладних проблем лобізму, взаємозв'язку державної політики і “груп тиску”, діяльності лобі-груп в на національному і наднаціональному рівнях. Серед базових праць можна відзначити дослідження, що стосуються загальних проблем лобізму (Б. Вулпа, Б. Левіна, С. Томсона, С. Джона, Дж. Мітчела, Л. Зеттера, Е. Ноунса та ін.), класичні праці щодо “груп тиску” (Г. Алмонда, Дж. Пауелла, Р. Доуза), концептуальні розробки теорії “груп тиску” (Е. Саютка, П. Херрінга, Х. Чаялда, Е. Шатсшнейдера, А. Бентлі, Д. Трумена), наукові розвідки щодо окремих аспектів лобізму та євролобізму (Е. Латама, А. Дж. Сіглера, Б. А. Луміса, Е. М. Каміс, Дж. М. Беррі, К. Вілкокса, Ф. Фарнела, В. Борисзена, Х. Лауфера, Г. Сімона, У. Курчевскої, Дж. Річардсона, Д. Кона та ін.), наукові дослідження щодо інституціоналізації лобізму (С. Г. Ейнсворта, К. В. Хьюла, Р. Гайера, Д. Ласела, С. Хардена та ін.), праці з питань лобізму в категоріях політичної культури як специфічного виду PR (М. Дж. Барбенка, П. Херрнсона, Р. Шіко, К. Колмана, С. Томсона, С. Джона, Дж. Мітчелла та ін.) тощо.

Дослідження лобізму в зарубіжній науковій думці стосуються, в першу чергу, проблем взаємодії політичних інститутів з лобі-групами, які відстоюють особливі політичні інтереси великих корпорацій, підприємницьких союзів, професійних асоціацій, громадських та соціальних спеціалізованих організацій, профспілок тощо.

Суто теоретичні аспекти лобізму, що визначають обґрунтування поняття “груп інтересів” і середовища здійснення процесу лобіювання, розкрито у працях з теорії демократичного представництва, зокрема, “концепції фракцій і правління більшості” (Д. Медісона), “концепції управління, як боротьби груп” (А. Бентлі), і теорії груп інтересів в контексті корпоративізму (Р. Гегеля, Л. Блана і Г. Морена та ін.). Проблема лобізму стала дискусійною з огляду на

різні підходи до розуміння сутності цього інституту. До теоретичних розробок такого плану слід віднести праці авторів, чії дослідження присвячені аналізу діяльності американських “груп інтересів” (С. Кея, Д. Трумена, С. Майлза, Е. Шатсшнейдер, Р. Дала), які розглядали ключові відмінності в підходах до американської і європейської теорії лобіювання, наголошуючи, що в рамках першої теорії лобістська діяльність розглядається як базовий принцип демократії, в основі другої – розуміння лобіювання як складової демократичного процесу ухвалення рішень. За визначенням Р. Дала, пріоритетним в рамках існуючої демократії є право на захист усіх “груп інтересів”, натомість Г. Макконел, Т. Лові і Ч. Ліндблом проблему лобізму визначали як категорію, що знаходиться “поза духом демократії”.

Серед підходів до правового регулювання лобістської діяльності дослідник А. Любімо [17], виділяє два основних: *впровадження* в юридичну практику поняття лобізму і регулювання всього комплексу питань, пов’язаних з легітимацією лобізму, або ж *заперечення* офіційного статусу лобізму і подальша юридична регламентація окремих аспектів взаємодії держави і недержавного сектора.

На думку Є. Махортова, у науковій літературі поряд з поняттям “лобізм” існують терміни “government relations”, “public affairs”, “advocacy” і “government affairs” та “public affairs”, які вважаються складовими частинами загальної стратегії лобі-комунікацій. Автор підкреслює, що характерні для 90-х рр. ХХ ст. способи просування інтересів, які відрізнялися надмірною непрозорістю, а часто і відверто кримінальними і корупційними зв’язками між представниками влади і бізнесу, поступаються місцем новим технологіям лобізму [13].

Структурний аналіз лобістської діяльності у системі державного управління РФ подано в роботах Є. Мінченка, який вважає, що основним лобістом тих чи інших керівних рішень у Росії є держава. Ієрархію лобіювання у сучасній Росії, на його думку, складають представництва інтересів глав регіонів, відомчі лобі-групи, групи депутатських інтересів у законодавчих

структурах, міжфракційні (парламентські) об'єднання як представництва колективних політичних інтересів, напівдержавні лобістські організації тощо, які фактично легалізують лобізм на національному рівні [14].

Подібний аналіз лобістської діяльності у Державній Думі РФ знаходимо також у дослідженнях П. Толстих, який запропонував авторську методологію розкриття такого складного політичного явища, як лобізм. Його підхід складається з чотирьох елементів: оцінюється суб'єкт, предмет, об'єкт і технології лобіювання. Основними суб'єктами лобізму, тобто ключовими акторами організованих інтересів виступають, зазначається у дослідженнях, “групи тиску”, які впливають на ухвалення потрібних для “груп інтересів” рішень. Об'єктами лобіювання є політичні інститути, від яких залежить ухвалення рішень в інтересах лобі-груп [15].

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у цьому напрямку. У сучасній науковій думці існує велика кількість підходів до визначення феномену лобізму. На думку автора статті теоретичну основу дослідження представляє міждисциплінарне знання, яке сприяє класифікувати це поняття на такі групи: політологічна, правова, економічна, соціальна. Узагальнюючи підходи вітчизняних та зарубіжних дослідників, зазначимо, що авторський підхід до розуміння інституту лобізму полягає у з'ясуванні поняття лобізму як законної норми і способу захисту громадських та корпоративних інтересів. Інститут лобізму істотно впливає на характер і стан політичної культури, на поведінку спільноти, на взаємодію владних інституцій з “групами тиску”, оскільки виступає впливовим чинником консолідації та демократизації суспільства, зокрема, в умовах трансформаційних зрушень.

Список використаних джерел:

1. Трофименко А. В. Концептуальні підходи до розуміння лобізму / А. В. Трофименко // Вісник Маріупольського державного університету. Серія: Історія. Політологія. – 2014. – Вип. 10. – С. 112–123.
2. Баранов С. Д. Популизм и лоббизм: две стороны парламентской деятельности в России / С. Д. Баранов // Вестник МГУ. Серия 18. Социология и политология. – 1999. – № 1. – С. 58–61.
3. Офіційний сайт компанії Burson Marsteller [Електронний ресурс]. – Режим

доступу : <http://www.bmbrussels.eu/>

4. Почепцов Г. Г. Паблік рилейшнз для професіоналов / Г. Г. Почепцов. – М. : Рефл-бук, 2000. – 622 с.
5. Экономика и право : энцикл. сл. – М. : Дашков и Ко., 1998. – 568 с.
6. Тихомирова Є. Б. Рольова участь паблік рилейшнз у процесах політичної глобалізації : дис. ... д-ра політ. наук : 23.00.03 / Є. Б. Тихомирова. – К., 2005. – 421 с.
7. Чічановський А. Національна держава та її засоби масової комунікації у глобалізованому світі / А. Чічановський // Україна на шляху до Європи / [упоряд. : В. І. Шкляр, А. В. Юричко]. – К. : Етнос, 2006. – С. 213–225.
8. Пояркова Т. К. Концепція демократичної політичної культури та основні тенденції її втілення в Україні : автореф. дис. ... канд. політ. наук : спец. 23.00.03 “Політична культура та ідеологія” / Т. К. Пояркова. – К., 2004. – 20 с.
9. Тихомирова Є. Лобізм як складова міжнародного PR / Є. Тихомирова // Політичний менеджмент. – 2005. – № 1 (10). – С. 143–151.
10. Шевченко О. Європейська PR-практика / О. Шевченко. – К. : ІМВ, 2008. – 162 с.
11. Михайловська О. Інститути громадянського суспільства і формування ідеології модернізації в Україні / О. Михайловська // Політичний менеджмент. – 2006. – № 3. – С. 74–86.
12. Круш П. Лоббирование экономических интересов в государстве / П. Круш // Экономика Украины. – 2005. – № 4. – С. 75–80.
13. Ожеван М. А. GR-технології взаємодії влади та бізнесу: стан та перспективи в Україні / М. А. Ожеван, П. Ламонова // Актуальні проблеми міжнародних відносин ; Інститут міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка. – К., 2009. – Вип. 84. – Ч. І. – С. 187–192.
14. Махортов Е. А. Лобби интересов [Електронний ресурс] / Е. А. Махортов. – Режим доступу : http://www.lobbying.ru/content/sections/articleid_3601_linkid_64.html.
15. Толстых П. А. Практика лоббизма в Государственной Думе ФС РФ [Електронний ресурс] / П. А. Толстых. – Режим доступу : http://www.lobbying.ru/content/sections/articleid_1060_linkid_42.html.

Газизов М. М. Концептуальные подходы к исследованию феномена лоббизма.

Рассмотрены теоретические подходы к исследованию феномена лоббизма в зарубежной и отечественной научной литературе, предоставлено авторское определение лоббизма. Проанализированы научные достижения по классификации концептуальных подходов к развитию лоббизма, а также подходы, рассматривают лоббизм как вид профессиональной деятельности и составляющую «паблік рилейшнз». Особое внимание уделено институциональным факторам развития лоббизма в странах развитой демократии.

Ключевые слова: лоббизм, институт лоббизма, цивилизованный лоббизм, лоббирование, группы интересов, информационный лоббизм, advocaci, PR, CR-специалист.

Gazizov M. Conceptual approaches to the study of the phenomenon of lobbying.

The article deals with theoretical approaches to the study of the phenomenon of lobbying in foreign and Ukrainian literature, the author's definition of lobbying is given. The author examines the scientific works, which give the classification of conceptual approaches to lobbying and approaches that consider lobbying as a form of professional activity and part of "public relations". The author pays particular attention to institutional factors of lobbying development in developed democracies.

Key words: lobbying, institution of lobbying, civilized lobbying, lobbying, interest groups, information lobbying, advocaci, PR, CR-specialist.