

УДК 342.53+328.184

*Д.А. Чернохатній*, аспірантОдеський національний університет імені І.І. Мечникова  
Кафедра загальноправових дисциплін та міжнародного права  
Французький бульвар, 24/26, Одеса, 65058, Україна**«ЛОБІЮВАННЯ» ТА «УРЯДОВІ ВІДНОСИНИ»:  
РОЗМЕЖУВАННЯ ПОНЯТЬ**

Статтю присвячено дослідженню розмежування понять «лобіювання» та «урядові відносини» (GR), а також відмежуванню лобіювання від термінів, що являють собою суміжні явища: «public affairs» та «адвокація».

**Ключові слова:** лобіювання, інститут лобіювання, government relations, public affairs, advocacy.

**Постановка проблеми.** Дослідник інституту лобіювання гарантовано зіштовхнеться із різноманіттям термінів, що використовуються у науковій та науково-практичній літературі присвяченій дослідженню лобіювання. Серед різноманіття термінів варто виділити основні, що застосовуються найчастіше: «advocacy», «public affairs», «government relations» та власне «лобіювання».

Останнім часом дані терміни активно використовуються в наукових та практичних колах нашої країни. Про це, зокрема, свідчить відкриття практик взаємодії з органами державної влади в деяких провідних юридичних фірмах або спеціалізованих відділів, департаментів у великих компаніях, проведення різноманітних конференцій, круглих столів та інших заходів. Крім того, не варто забувати про розроблення законопроекту проекту «Про відкритість та прозорість здійснення лобіювання в Україні» та, відповідно, необхідність формування нормативного визначення поняття лобіювання, в тому числі й проблеми його відмежування від суміжних понять.

Наукове середовище до консенсусу з приводу як власне поняття лобіювання, так і суміжних до нього термінів на даному етапі не дійшло. Серед основних причин цього доцільно зазначити незначну кількість наукових досліджень даного питання, їх ситуативність, відсутність комплексного дослідження категоріального апарату інституту лобіювання в Україні.

Негативно позначається й відсутність легалізації лобіювання в Україні, фактичне прив'язання лобіювання до корупції та активних закликів до боротьби з ним.

З вищевикладеного варто зробити висновок, що існує проблема недостатньої розробленості теоретичної основи лобіювання, як самого поняття «лобіювання» так і здійснення термінологічного відмежування даного терміну від суміжних понять.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Науково-теоретичною основою даного дослідження стали праці відомих вчених, які досліджували окремі концептуальні аспекти розглянутої проблеми. Зокрема, варто виділити роботи наступних вчених: В.А. Ачкасової, В.Г. Королько, В.О. Нестеровича, О.В. Дягілева, П.А. Толстих, А.В. Трофименко, М.А. Ожевана, Є.Б. Тихомирової, А.А. Сергуніна та інших. Водночас, варто вказати на відсутність ґрунтовних теоретико-правових досліджень даної тематики, що зумовлює необхідність та актуальність розробки цього напрямку.

**Мета статті** – проаналізувати існуючі в зарубіжній та вітчизняній літературі визначення понять «лобіювання», «government relations», «advocacy», «public affairs», здійснити їх розмежування.

**Виклад основного матеріалу.** У якості визначення поняття «лобіювання» автором розуміється процес цілеспрямованого впливу на суспільну політику шляхом взаємодії з законодавчими та виконавчими органами державної влади та місцевого самоврядування з метою представництва економічних інтересів окремих осіб, їх певних груп з використанням правових методів і форм впливу.







нах влади на основі знання процедур. За влучним порівнянням, наведеним П.А. Толстих, спеціалісти у сфері GR будують міст між владою та бізнесом (або іншими суспільними організаціями), для того щоб по цьому мосту могли вільно пройти лобісти для вирішення своїх питань з владою [5].

Не менш яскраво аналогію проводять В.Н. Конишев та А.А. Сергунін, які пропонують поглянути на порівняння «копірайтера» та «рекламщика». Перший це людина, яка пише тексти. Натомість інший – це спеціаліст, який вибудовує процес продаж і просування послуг, користуючись послугою першого. В цій аналогії під «копірайтером» варто розуміти лобіста, а GR – спеціаліст є «рекламщиком» [20].

Саме лобіст має володіти теорією та практикою прийняття рішень в різноманітних владних структурах на певних рівнях владних органів. GR-діяльність являє собою перш за все, вміння вибудовувати довірливі відносини з владою за допомогою соціально-комунікативних технологій управління зовнішніми та внутрішніми комунікаціями соціального суб'єкта з його цільовими аудиторіями (тобто – використання технологій PR-діяльності) [21, с. 114-116].

Отже, лобіювання та GR однозначно не є ідентичними, проте є суміжними поняттями. Особливо яскраво відмінності між цими поняттями проявляються при детальному аналізі задач, що ставляться перед лобіюванням та GR, форми винагороди за здійснення відповідної діяльності, тривалості її здійснення. «Урядові відносини» мають різноманітний арсенал методів та технологій виконання поставлених завдань, у якості одного з яких і виступає лобіювання.

**Висновки та перспективи подальшого розвитку у даному напрямі.** Отже, у якості підсумку до вищевикладеного варто зазначити ті риси які відокремлюють лобіювання від суміжних з ним явищ:

– В країнах де поняття лобіювання має негативні асоціації існують ряд понять, таких як «public affairs» або «public policy» призначення яких підмінювати поняття лобіювання, зменшуючи його соціальне несприйняття. В Україні таким терміном є «вплив громадськості».

– Не є доцільним поширення поняття лобіювання на неекономічні відносини, відносини суб'єктів соціуму між собою та з неурядовими організаціями. Адже у даному випадку лобіювання змішується з поняттям «advocacy».

– Лобіювання та GR, будучи суміжними поняттями, разом з тим не є тотожними, оскільки кожен з даних видів має свої особливості, які одночасно є відмінностями та взаємодоповнюють дані терміни.

В подальшому автор ставить перед собою задачу провести чітку та однозначну межу між лобіюванням і корупцією, дослідити внутрішню структуру лобіювання та його функції.

## Список літератури

1. Махортов Е. А. Лобби интересов [Электронный ресурс] / Е. А. Махортов. – Режим доступа : [http://www.lobbying.ru/content/sections/articleid\\_3601\\_linkid\\_64.html](http://www.lobbying.ru/content/sections/articleid_3601_linkid_64.html). – Назва з екрана.
2. Королько В.Г. Зв'язки з громадськістю: наукові основи, методика, практика : підручник / В.Г. Королько, О.В. Некрасова. – 3-є вид., доп. і перероб. – К. : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2009. – 831 с.
3. Ачкасова В.А. GR и лоббизм: теория и технологии : учебник / под ред. В.А. Ачкасовой, И.Е. Минтусова, О.Г. Филатовой. – М. : Издательство Юрайт, 2015. – 315 с.
4. Дягілев О.В. Конституційно-правовий інститут лобізму: вітчизняний та зарубіжний досвід : монографія / О.В. Дягілев. – Х. : Майдан, 2011. – 251 с.
5. Толстых П.А. GR. Практикум по лоббизму в России / П.А. Толстых. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2007. – 379 с.
6. Grunig J.E. Communication, public relations, and effective organizations: An overview of the book / J.E. Grunig // Excellence in public relations and communication management. – NJ : Lawrence Erlbaum Associates, 1992. – 128 p.
7. Концепція проекту Закону України «Про вплив громадськості на прийняття нормативно-правових актів» затверджена Розпорядженням КМ України від 22 квітня 2009 р. № 448-р / Урядовий кур'єр. – від 15 травня 2009. – № 84.
8. 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. I. – С. 187-192.

9. Минченко Е.Н. Современные тенденции в технологиях лоббизма [Электронный ресурс] / Е.Н. Минченко, Н.В. Студеникин. – Режим доступа : [http://www.stratagema.org/publications/lobby/item\\_68.html](http://www.stratagema.org/publications/lobby/item_68.html). – Назва з екрана.
10. Павроз А.В. Government Relations как институт социально-политического взаимодействия / А.В. Павроз // Журнал ПОЛИТЭКС: Политическая экспертиза. 2005. – № 2. – С. 238-252.
11. Барвин О.О. Субъекты лоббистской деятельности в США [Электронный ресурс] / О.О. Барвин. – Режим доступа : [http://lobbying.ru/content/sections/articleid\\_1182\\_linkid\\_62.html](http://lobbying.ru/content/sections/articleid_1182_linkid_62.html). – Назва з екрана.
12. GR-связи с государством: теория, практика и механизмы взаимодействия бизнеса и гражданского общества с государством: учебное пособие / Л.Н. Сморгун, Л.Н. Тимофеева, В.А. Ачкасова и др.; Акад. нар. хоз-ва и гос. службы при Президенте Рос. Федерации, С.-Петербург. гос. ун-т; под ред. Л.В. Сморгунова, Л.Н. Тимофеевой. – Москва : РОССПЭН, 2012. – 406 с.
13. Joos K. Lobbying in the new Europe [Электронный ресурс] / K. Joos. — Режим доступа : [http://www.wiley-vch.de/books/sample/3527505970\\_c01.pdf](http://www.wiley-vch.de/books/sample/3527505970_c01.pdf). – Назва з екрана.
14. Толстых П.А. Субъектный статус лоббизма и Government Relations [Электронный ресурс] / П.А. Толстых. – Режим доступа : <http://lobbying.ru/Dokuments/VAKTolstykh.pdf>. – Назва з екрана.
15. Сергунин А. А. Об уточнении понятия лоббизма [Электронный ресурс] / А.А. Сергунин. – Режим доступа : <http://www.jurnal.org/articles/2011/polit1.html>. – Назва з екрана.
16. Почепцов Г. Г. Паблик рилейшнз для профессионалов / Г. Г. Почепцов. – М. : Рефл-бук, 2000. – 622 с.
17. Клімович С.О. Дослідження Government Relations як комунікації між владою та бізнесом: термінологічний аспект / С.О. Клімович // Стратегічні пріоритети: Науково-аналітичний шоквартальний збірник. – 01/2010. – № 1. – С. 82-85.
18. Шатилов А.Б. GR для эффективного бизнеса / А.Б. Шатилов, А.С. Никитин. – М. : Форум, 2011. – 142 с.
19. Charles S. Macks. Business, Politics and the Practice of Government Relations / Macks, Charles S. – Westport, Connecticut : Quorum Books, 1997, – 142 p.
20. Кобышев В.Н. О понятийном аппарате в исследованиях феномена лоббизма / В.Н. Кобышев, А.А. Сергунин // Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. – 2011. – Вып. 6. – С. 100-107.
21. Гавра Д.П. Основы теории коммуникации. Ч.1.: учебное пособие / Д.П. Гавра. С.Петербург. гос. ун-т, фак. журналистики. – Санкт-Петербург: Роза мира, 2005. – 243 с.

Стаття надійшла 23.05. 2016 р.

*Д.А. Чернохатний*, аспірант

Одесский национальный университет имени И.И. Мечникова  
Кафедра общеправовых дисциплин и международного права  
Французский бульвар, 24/26, Одесса, 65058, Украина

### «ЛОББИРОВАНИЕ» И «СВЯЗИ С ПРАВИТЕЛЬСТВОМ»: РАЗГРАНИЧЕНИЕ ПОНЯТИЙ

#### Резюме

Статья посвящена исследованию разграничения понятий «лоббирования» и «government relations», а также разграничению лоббирования и терминов, которые представляют собой смежные явления: «public affairs» и «advocacy».

**Ключевые слова:** лоббирование, институт лоббирования, government relations, public affairs, advocacy.

*D.A. Chernokhatniy*, Postgraduate

Odessa I.I. Mechnikov National University  
the Department of General and International Law  
Frantsuzskiy Boulevard, 24/26, Odessa, 65058, Ukraine

### “LOBBYING» AND «GOVERNMENT RELATIONS»: DIFFERENTIATING CONCEPTS

#### Summary

The article is devoted to the study of differentiating concepts of «lobbying» and «government relations», delimitating lobbying and concepts that are related phenomena : «public affairs» and «advocacy».

**Key words:** lobbying, institute of lobbying, lobbying activities, government relations, public affairs, advocacy.