

15. Fillias E., Villeneuve A. E-réputation. Stratégies d'influence sur Internet. Paris : Ellipses, 2013. 2e éd. (Actu' Gestion). URL: <http://blog.kinoa.com/2011/02/14/e-reputation-strategies-dinfluence-sur-internet-le-livre/> (дата звернення: 16.05.2018).
16. Стаф И. Как и зачем управлять сетевой репутацией. URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_21238894_98011147.pdf (дата обращения: 15.05.2018).
17. Scherer M. The Obama Campaign Tries Out a New Cellular Weapon. URL: <http://swampland.time.com/2012/03/30/the-obamacampaign-tries-out-a-new-cellular-weapon/> (дата звернення: 12.11.2018).
18. Miller C. C. How Obama's Internet Campaign Changed Politics . New - York Times : електрон. період. изд. 2008. 7 nov. URL: https://tesi.luiss.it/17877/1/073102_DI%20PACE_PASQUALE%20DOMING.pdf (дата обращения: 16.05.2018).
19. Elections 2016: Campaigns as a direct source of news. *Pew Research Center*. 2016. 18 jul. URL: <http://www.journalism.org/2016/07/18/candidates - differ-in-their-use-of-social-media-to-connect-with-the-public> (дата обращения: 12.05.2018).
20. Розвиток електронної демократії в Україні. Аналітична записка. *Національний інститут стратегічних досліджень*. URL: <http://www.niss.gov.ua/articles/267> (дата звернення: 12.11.2018).
21. Ukrainian CyberCrime Boss Leads Political Party (blog.washingtonpost.com. 13 березня 2008).
22. Щодо Політичної партії «Інтернет партія України» – роз'яснення Державної реєстраційної служби України. Державна реєстраційна служба України. URL: <http://www.webcitation.org/6TVFNxhWf> (дата звернення 20.05.2018).

Buryachenko O. Communication Aspects Forming Political Party Reputation

The article is devoted to the study of the phenomenon of reputation of a political party. As an important factor in its formation, the ability to use the communication potential of the modern information society is determined. It is determined that reputation arises at the interface between the political party and the citizens most acutely during the period of electoral choice of a certain political force, or during the search for ways to national reconciliation of political forces.

The definition of such a new phenomenon as «e-reputation of a political party» is characterized and defined, which in practice requires the choice of meaningful strategy and effective communication, as well as actions aimed at optimizing the presence of the network and conducting with the users a certain discourse. It has been shown that social-network communication significantly increases the communicative potential of political parties at the present stage of social development.

Keywords: reputation of a political party, information society, political communication, e-reputation, Internet policy, Internet party.

УДК 328.184
П.

Годний С.

**ЕТИКО-ПОЛІТИЧНІ ЗАСАДИ ЛОБІЮВАННЯ:
ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД В УКРАЇНСЬКОМУ КОНТЕКСТІ**

Проаналізовано зарубіжний досвід застосування етико-політичних засад процесу лобіювання, його розуміння і можливості практичного втілення в сучасному українському суспільстві. Розглядаються деякі етичні норми лобізму, які фіксуються кодексами професійної поведінки лобістів в країнах Європейського Союзу, Канаді, США. Визначено, що значущим джерелом етичного регулювання лобізму є декларації, рекомендації, доповіді та наукові дослідження громадських й 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.

Підкреслюється, що завдяки етиці інститут лобізму вдосконалюється, і в українському суспільстві, за умов легалізації лобізму, здатний ефективніше здійснювати взаємозв'язок між громадянським суспільством й органами державної влади.

Ключові слова: лобізм, лобіювання, етика лобізму, етичне регулювання лобізму, легалізація лобіювання.

Лобізм як діяльність із професійного відстоювання групових інтересів за допомогою тиску на органи державної влади має суттєве значення для розвитку сучасних демократичних суспільств, роль його неухильно зростає. Політичний лобізм визначається як система і практика 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 [1, с. 39].

В українських реаліях політичне лобіювання, як правило, часто не вписується в правові рамки, ототожнюючись із такими поняттями як «корупція», «блат», «непотизм», «підкуп» тощо [2]. Це наділяє лобізм в очах громадськості несприятливими характеристиками. Тому в умовах демократичного розвитку українського суспільства, підвищення загальної політичної культури і свідомості його громадян, все більше актуалізується питання культури політичного лобіювання, і, перш за все, його етичних засад.

У західній науковій літературі прийнято більше використовувати категорію «лобіювання», а не «лобізм», однак ці поняття в цілому не розрізняються за суттю. Лобізм в межах системно-функціонального підходу (Мілбрайт, Бентлі, Медісон, Трумен) визначається як інститут політичної системи, а лобіювання – як процес, за яким стоїть бажання досягнути певної мети. М. Дюверже, А. Косон, Е. Латам, К. Ліндблом, М. Олсон, Т. Парсонс, Д. Трумен, К. Шлозман й інші зарубіжні дослідники особливу увагу приділяють саме політичним групам інтересів, як основи лобістської діяльності [3, с. 23].

Вивченням зарубіжного досвіду політичного лобіювання присвячено чимало наукових статей російських дослідників О. Автономова, С. Большакова, Ю. Большакова, В. Белова, О. Бикова, О. Василенко, К. Вяткіна, М. Зяблюка, М. Іваноав, М. Прохода, О. Сергуніна, О. Хомича, О. Шихвердієва та ін. Їх роботи дають можливість скласти уявлення про лобістські технології та тенденції їх трансформації у країнах, де лобізм має найбільший розвиток.

Вітчизняні розробки з окремих аспектів лобізму представлено у дослідженнях В. Андрущенка, В. Бебика, Д. Богуша, Л. Губерського, Ф. Кирилюка, В. Королька, В. Корнієнка, О. Лісничука, Є. Макаренко, М. Михальченка, М. Обушного, М. Ожевана, С. Телешуна, Є. Тихомирової, М. Хилька, О. Салтовського та ін. Водночас аналіз вітчизняної і зарубіжної наукової думки засвідчив фрагментарність досліджень культури політичного лобіювання. Аналіз наукових досліджень лобізму в основному базуються або на соціологічному, або на юридично-правовому методах. Дослідженню етико-політичних засад лобізму у політичній науці, якщо не враховувати окремі закордонні наукові публікації [4; 5; 6], ще не приділено належної уваги.

Це визначає мету наявної статті – проаналізувати зарубіжний досвід політико-етичних засад процесу лобіювання, його розуміння і можливостей практичного втілення в сучасному українському суспільстві.

Почнемо із того, що Перший етичний кодекс був створений Американської лігою лобістів, яка пізніше змінила назву на Асоціацію професіоналів Government Relations США [7]. Цей документ досі є центральним джерелом із питань етичного регулювання лобізму. Подібні кодекси приймали й інші асоціації. Найавторитетнішими з них слід вважати кодекси бельгійського Товариства фахівців із європейських справ [8] та англійської Асоціації професійних політичних консультантів [9].

Разом із тим самодіяльні асоціації не є єдиними суб'єктами лобістського регулювання. Важливу роль відіграють і органи державної влади. Наприклад, добре відомий Канадський кодекс поведінки лобістів [10], що є нормативним актом, прийнятим парламентом цієї країни. Він з'явився із метою вироблення високих стандартів у галузі лобіювання та підвищення суспільної довіри до органів державної влади. Якщо Закон про лобіювання вимагає реєстрацію та звітність, то Кодекс представляє перелік професійних та етичних стандартів, яких повинні дотримуватися лобісти. Після прийняття Закону Консервативною партією до нього було внесено низку змін спочатку лібералами під керівництвом Ж. Кретьєна, а потім консервативним урядом С. Харпера [11].

За своєю сутністю цей закон став одним з найбільших антикорупційних законів у Канаді. За складом він є збіркою 48 законів, що були змінені та доповнені в результаті його ухвалення, у тому числі Закон про реєстрацію лобістів [12, с. 71]. Цікавим є той факт, що в Законі не вживається сам термін «лобізм» чи «лобіювання», замість цього використовується фраза «контакти з федеральним державним посадовцем від ім'я роботодавця стосовно політичного рішення» [13].

Схожі правила поведінки затверджені і в деяких країнах Європейського Союзу [14]. Як і в інших професійних сферах, етичні норми лобізму фіксуються кодексами професійної поведінки. До таких кодексів можуть бути віднесені етичні кодекси в сфері PR, етичні документи, що упорядковують діяльність політичних консультантів, і спеціальні акти, що регулюють суміжні сфери діяльності, такі як лобізм і public affairs (громадські справи) [15; 16]. Прикладом є такі національні кодекси, як Кодекс професійної етики лобіста Асоціації професійних лобістів Польщі, Кодекс етики Румунської асоціації зареєстрованих лобістів, Кодекс етики Сербської асоціації лобістів та ін. Важливими документами є Кодекс поведінки Європейської асоціації консультантів із суспільних справ (European Public Affairs Consultancies Association – EPACA), Кодекс поведінки, прийнятий Європейським товариством професійних справ (Society of European Affairs Professionals – SEAP), Кодекс поведінки лобістів при Європейському союзі і Міжнародний кодекс лобістської етики (Глобальний етичний кодекс сприяння суспільно-державній політиці).

Ще одним значущим джерелом етичного регулювання лобізму є декларації, рекомендації, доповіді та наукові дослідження громадських й 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. Стосовно лобізму серед таких організацій виразним є Вудстокський теологічний центр – незалежний і некомерційний інститут при Джорджтаунському університеті, який розробляє із богословських та етичних позицій актуальні соціальні, економічні, церковні та політичні проблеми. Експерти цього центру написали одну з перших книг, присвячену етичним аспектам лобістської діяльності: «Етика лобізму: організовані інтереси, політична влада і суспільне благо» [17, р. 23]. Основні ідеї щодо етичного регулювання лобізму формулюються в зазначених джерелах у вигляді принципів лобістської етики. Чесність є ключовою ідеєю лобістської етики. Постулат про необхідність чесної поведінки лобістів зафіксований у більшості лобістських кодексів:

– лобіст повинен здійснювати свою діяльність із чесністю і прямою; лобіст зобов'язаний бути правдивим в спілкуванні з посадовими особами та іншими зацікавленими сторонами [18];

– лобіст повинен із прямою і чесністю вести всі відносини з посадовими особами, клієнтами, роботодавцями, громадськістю та іншими лобістами [5, р. 37];

– дійте із чесністю і прямою, здійснюючи свою роботу справедливим і професійним чином [8];

– необхідно діяти чесно стосовно клієнтів і установ уряду.

Відкритість є візитівкою лобіста. Лобістові не слід приховувати або спотворювати свій статус, інформацію про людей або організації, від імені яких він діє, а також питання, що цікавлять його:

— слід бути відкритим і прозорим щодо оголошення свого імені, організації та інтересу, який представляєте; умисно не спотворюйте свій статус і природу питань, що вас цікавлять, не створюйте хибного враження про них [18];

— лобістам слід завжди ідентифікувати себе на ім'я і по суті діяльності; розкривати інформацію щодо цілей та інтересів клієнтів, яких вони представляють [5, р. 36].

Лобіст, згідно із принципами етичного регулювання, повинен повністю підкорятися всім законам, нормам і правилам, який регламентує лобістську діяльність:

— лобістові слід знати всі закони, норми і правила, що стосуються професійної лобістської діяльності; лобіст не повинен порушувати закони, норми і правила;

— необхідно виконувати всі законодавчі акти і рішення інститутів уряду. Особливу увагу в етичних кодексах приділяється питанням профілактики неналежного впливу лобістів на посадових осіб органів державної влади [9];

В етичному кодексі Асоціації професіоналів Government Relations США докладно обговорюються питання винагороди лобістів і ділових умов їх діяльності: «... лобістові, якого наймає клієнт, необхідно мати письмовий договір із клієнтом щодо термінів і умов з надання лобістських послуг, включаючи суму і підстави для винагороди; договір повинен включати питання про витрати, і лобістам слід вживати тільки ті витрати, які здійснюються за дорученням клієнта і в підтримку цілей, переслідуваних в інтересах клієнта; гонорари, що стягуються лобістами, повинні бути розумними, з урахуванням фактів і обставин справи; лобіст зобов'язаний розкривати іншим клієнтам і, при необхідності, посадовим особам наявність будь-яких договорів щодо можливої винагороди або бонусів за прийняття або відхилення законодавства; після припинення представництва інтересів лобістові слід вжити необхідних зусиль для захисту інтересів роботодавця або клієнта, включаючи завчасне попередження про розрив стосунків, що дозволяє найняти нового лобіста, і повернення документів та майна, на які роботодавець або клієнт мають право» [18].

Значну увагу в етиці лобізму приділено питанням зіткнення інтересів. Ситуації, в яких мотивація дій лобіста в інтересах клієнта суперечлива, аналізуються і даються рекомендації щодо належної поведінки в цих умовах:

– лобіст не повинен продовжувати або починати дії, які можуть породити зіткнення інтересів, без згоди клієнта або залученого потенційного клієнта; лобістові слід уникати відстоювання позицій клієнта в питанні за умови, якщо лобіст також представляє інтереси іншого клієнта в тому ж питанні з протилежної позиції;

– якщо робота лобіста із якогось питання для одного клієнта може мати несприятливий вплив на інтереси іншого клієнта, лобіст зобов'язаний повідомити про це даного клієнта і отримати його згоду, навіть якщо лобіст не представляє інтереси іншого клієнта з того самого питання [19, р. 38];

Нарешті, лобіст, згідно із етичними уявленнями, повинен розглядати свою діяльність в широкому контексті і всебічно розкривати клієнту наслідки обраних стратегій політичного тиску: «... лобіст повинен проінформувати клієнта про етично прийнятні альтернативи лобіювання і, по мірі необхідності, надати клієнту можливості вибору тієї чи іншої стратегії; лобістові при консультуванні клієнта слід не обмежуватися тільки питаннями політичної обґрунтованості й дотримання правових норм, але також обговорювати моральні, економічні, соціальні і громадянські чинники, які можуть мати відношення до ситуації клієнта; лобіст повинен проінформувати клієнта, якщо цілі і стратегії лобіювання етично сумнівні» [5].

Наведені принципи по суті конституують лобістську професію. Ще раз підкреслимо, що чесність, відкритість, законність, професіоналізм і відповідальність перед суспільством є основоположними ідеями етичного регулювання лобізму.

Отже, лобіювання балансує на межі права й етики. Принаймні, говорити про етику лобіювання можна було б, відштовхуючись від відповідної законодавчої бази, яка, насамперед, легалізувала б лобіювання і в правовому аспекті обґрунтовувала його принципи як такого. Однак, на жаль, у Верховній Раді загубилися вже три законопроекти про лобізм.

1999 р. – закон про лобювання в Україні (ініціатор законопроекту І. Шаров); 1999 р. – закон про правовий статус груп, об'єднаних спільними інтересами (лобістських груп) у Верховній Раді (ініціатор законопроекту Ю. Сахно); 2005 р. – закон про діяльність лобістів у Верховній Раді України (ініціатор законопроекту І. Гринів). Сьогодні у Верховній Раді України зареєстровано законопроект «Про лобювання» народних депутатів України О. Продана і О. Сотника [20]. Втім конкретних результатів щодо легалізації лобізму поки що немає.

Підсумовуючи, зазначимо, що завдяки етиці інститут лобізму вдосконалюється і в сучасних умовах здатний краще виконувати свою основну функцію – здійснювати взаємозв'язок між громадянським суспільством й органами державної влади. Загалом дослідження феномену лобізму в різноманітних його проявах залишається актуальними для політичної науки й потребує подальшого осмислення у наукових розвідках. Одночасно необхідність забезпечення довіри громадян до влади спонукають до підтримки етичного режиму та створення цілої етичної інфраструктури депутатської діяльності, що допомогло б виділити й упорядкувати її етичний простір, дати змогу чітко виписати ціннісно-нормативні складові етики представників влади.

Використана література:

1. Большой энциклопедический словарь. URL: http://www.announcement.ru/enc_letter/bse_590_36142_367_1.html (дата звернення: 09.09.2018).
2. Корнієнко В. О., Годний С. П. Комунікативний потенціал лобіфеномену в сучасній українській політиці. Вісник Донецького національного університету. Сер. : Політичні науки, 2016. С. 92-95.
3. Трофименко А. В. Концептуальні підходи до розуміння лобізму. Вісник Маріупольського державного університету. Серія: Історія. Політологія. 2014. Вип. 10. С. 112-123.
4. GR и лоббизм: теория и технология / Ачкасова В. А., Минтусова И. Е., Филатова О. Г. Москва : Юрайт, 2017. 315 с.
5. The Lobbyists' Code of Conduct. Office of the Commissioner of Lobbying. Annual Report 2012–2013. Ottawa : Office of the Commissioner of Lobbying, 2013. P. 37–38.
6. Павроз А. В. Этические принципы лоббизма в условиях современной демократии. *Политэкс.* 2015. Т. 11. №2. С. 87-98.
7. APPC. Code of Conduct. URL: <http://www.appc.org.uk/code-of-conduct/appc-code-of-conduct/> (date of access: 11.06.2018).
8. SEAP. Code of Conduct. URL: <http://www.seap.be/wp-content/uploads/2013/11/Code-of-Conduct.pdf> (date of access: 10.07.2018).
9. APPC. Code of Conduct. URL: <http://www.appc.org.uk/code-of-conduct/appc-code-of-conduct/> (date of access: 11.06.2018).
10. Lobbying Act. URL: <http://laws-lois.justice.gc.ca/eng/acts/L-12.4/FullText.html> (date of access: 10.07.2018).
11. Chari R. Regulation of lobbyists in Canada. URL: <http://www.environ.ie/en/LocalGovernment/LocalGovernmentAdministration/StandardsinPublicLife/PublicationsDocuments/FileDownload,14572,en.pdf> (date of access: 10.07.2018).
12. Горещька А. В. Закон про лобювання як основа регламентації лобістської діяльності в Канаді. Актуальні проблеми міжнародних відносин. Вип. 114. Ч І. 2013. С. 69-79.
13. Lobbying Act. URL: <http://laws-lois.justice.gc.ca/eng/acts/L-12.4/FullText.html> (date of access: 10.07.2018).
14. Code of Conduct. Official Journal of the European Union. 2011. N L 191. P. 36.
15. The Public Affairs Council (What is public affairs, 2013). URL: <http://pac.org/faq/WhatPA> (date of access: 10.07.2018).
16. Fletcher J. Situation ethics: the new morality. Philadelphia : Westminster John Knox Press, 1966. 176 p.

17. The Ethics of Lobbying: Organized Interests, Political Power, and the Common Good. Washington: Georgetown University Press, 2002. 97 p.
18. AGRP. Code of Ethics. URL: <http://grprofessionals.org/join-all/code-of-ethics/> (date of access: 07.06.2018).
19. The Ethics of Lobbying: Organized Interests, Political Power, and the Common Good. Washington : Georgetown University Press, 2002. 97 p.
20. Експертна група погодила текст концепції проекту Закону України «Про лобіювання». *Лобіювання в Україні*. 02.10.2015. URL: <http://www.lobbying.in.ua> (дата звернення: 09.09.2018).

Godnje S. *Ethicological Political Grounds For Lobbying: External Experience In Ukrainian Context*

The foreign experience of applying the ethical and political principles of the process of lobbying, its understanding and possibilities of practical implementation in modern Ukrainian society is analyzed. Some ethical norms of lobbyism, which are fixed by the codes of professional behavior of lobbyists in the countries of the European Union, Canada, USA are analyzed. It is determined that the important sources of ethical regulation of lobbyism are declarations, recommendations, reports and scientific researches of public and international organizations aimed at improving state policy and management in various aspects: development of democracy, elimination of corruption, increase of efficiency, increase of transparency, strengthening of justice, etc.

It is emphasized that due to ethics, the institute of lobbying is being improved, and in the Ukrainian society, under the conditions of legalization of lobbyism, it is able to more effectively implement the relationship between civil society and state authorities

Keywords: lobbying, ethics of lobbyism, ethical regulation of lobbyism, legalization of lobbying.