

КОМУНІКАЦІЇ ІНСТИТУТІВ ЄС З ЛОБІ-ГРУПАМИ І ГРОМАДЯНСЬКИМ СУСПІЛЬСТВОМ

Анотація. У статті розглядаються прикладні аспекти взаємодії політичних інститутів ЄС з лобі-групами і громадянським суспільством, аналізується діяльність груп інтересів та груп тиску, які впливають на державну або наднаціональну політику і є причетними до ухвалення важливих для громадськості рішень в різних сферах життєдіяльності європейських акторів.

Ключові слова: політичні інститути ЄС, лобі - групи, громадянське суспільство, представництво інтересів, кампанії «грассрутс», медіа, Європейський Союз, Україна.

Annotation. The article examines the applied aspects of the interaction of EU political institutions with lobby groups and civil society, analyzes the activities of interest groups and pressure groups that impact on state or supranational policy and involved in the adoption of important decisions for the public in different spheres.

Keywords: EU political institutions, lobby groups, civil society, representation of interests, Grassroots campaign, media, European Union, Ukraine.

Аннотация. В статье рассматриваются прикладные аспекты взаимодействия политических институтов ЕС с лобби- группами и гражданским обществом, анализируется деятельность групп интересов и групп давления, которые влияют на государственную или наднациональную политику и причастны к принятию важных для общественности решений в различных сферах жизнедеятельности европейских акторов.

* кандидат політичних наук, незалежний експерт-аналітик

Ключевые слова: *политические институты ЕС, лобби - группы, гражданское общество, представительство интересов, кампании «грассрутс», медиа, Европейский Союз, Украина*

Постановка проблеми. Комунікації європейських наднаціональних інститутів з групами організованих інтересів та громадянським суспільством пов'язані з процесами поглиблення європейської інтеграції, що передбачають взаємодію національних урядів країн ЄС щодо економічних, соціальних і політичних відносин у форматі наднаціонального об'єднання та прозорість ухвалення політичних рішень. Вагомим чинником, який сприяє активізації і плюралізації процесу лобіювання в інституціях ЄС, є наявність організованих груп інтересів на національному та наднаціональному рівнях, представництво яких уможливорює законний доступ до процесу ухвалення рішень. Лобі-групи виступають рівнозначними акторами функціонування політичних інститутів, діяльності корпорацій та громадських об'єднань, формою самоорганізації громадянського суспільства, за допомогою чого мобілізується громадський контроль над діяльністю владних структур [1-2].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Концептуальні та прикладні праці зарубіжних науковців, серед яких можна відзначити дослідження, що стосуються загальних проблем лобізму, лобізму як особливої системи фундаментальних цінностей суспільства та як політичного інституту, який забезпечує сприятливі умови сприйняття суспільством і конкретними групами громадськості схвалених державою законів, політичного представництва та «груп тиску», плюралістичної теорії груп, специфіки євролобізму, інституціоналізації лобізму, аналізу лобізму як специфічного виду PR, зокрема, класичні і модерні політологічні праці М.Адамса, Г.Алмонда, Л.Андрикене, О. Барвіна, Г.Бентеле, А.Бентлі, О.Бінецького, О.Борева, Б.Вулп, Е.Галумова, Д.Гелак, Р.Еделман, Дж.Кумбера, У.Курчевської, Є.Махортова, П. Метью, І.Мінтусова, Є.Мінченка, Дж. Олзевскі, Р. Прайса, Д. Руденкової, Ф.Фарнела. Ф.Штольца та ін., вітчизняні розробки Д.Базілевича, М.Барандій, В. Бебика, С. Годного, А. Денисюка, В.Королька, Є.Макаренка, Л.Малишенка,

М.Ожевана, Г.Почепцова, І.Рейтеровича, Ю.Сабанадзе, С.Телешуна, Є.Тихомирової О.Шевченко тощо, в яких з'ясовано концептуальні засади лобізму як каталізатора взаємодії владних інституцій і громадянського суспільства, яка здійснюється опосередковано через «групи тиску», виявлено на основі багатовимірності сучасного цивілізаційного розвитку особливості політики обстоювання суспільних, професійних та корпоративних інтересів у зарубіжній політичній практиці, так і в перспективі в Україні[3-].

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Розгляд проблеми комунікацій політичних інститутів ЄС з лобі-групами і громадянським суспільством на всіх рівнях взаємодії, з'ясування специфіки впливу лобі-груп на ухвалення політичних рішень свідчить, що лобізм є необхідною передумовою демократизації держав в умовах всебічної участі громадськості в процесах організації суспільства і системи політичної влади в ньому. При цьому у більшості західних концепцій лобізму відсутні розробки дієвих механізмів, які б передбачали встановлення балансу між економічними і політичними системами суспільств перехідного типу та можливості обмеження впливу корпоративних груп на ухвалення політичних рішень. У вітчизняній політичній науці проблеми лобізму як політичного інституту і чинника трансформаційних зрушень стосуються передусім аналізу політичного впливу фінансово-промислових груп на формування владних інститутів, що потребує розширення сфери досліджень у контексті європейського вибору України.

Формулювання цілей статті. Метою статті є з'ясування практики комунікацій політичних інститутів ЄС з лобі-групами та громадянським суспільством в умовах суперечностей процесів європейської інтеграції

Виклад основного матеріалу. В сучасних політичних концепціях лобізм визначається як суспільно-політичний феномен, що функціонує в різноманітних формах, реалізується через інструменти і механізми позиціонування і забезпечення національних (державних), корпоративних і суспільних інтересів в рамках комунікацій політичних інститутів з лобі-групами та громадянським суспільством. До компетенції лобі-груп у громадянському суспільстві, як зазначають дослідники

лобістської діяльності, відносять питання щодо розвитку держави і громадсько-політичних інститутів, орієнтації та активності членів суспільства у сфері політичних відносин, поширення фундаментальних політичних цінностей, норм і способів політичної мотивації, дій громадськості щодо захисту соціальних і громадянських прав. Можна стверджувати, що групи інтересів, з одного боку, реагують на зміни у владних відносинах і оперативнo до них адаптуються, з другого, – сама динаміка чисельності і типологія таких груп служать індикаторами трансформації пріоритетів політичного життя [3-20].

З погляду типології, для європейського політичного середовища характерна наявність лобі-груп та груп організованих інтересів, які представляють громадські, корпоративні, неформальні, галузеві та інші об'єднання, які здійснюють вплив на ухвалення політичних рішень, що стосуються важливих проблем європейської інтеграції, трансформації європейської політичної системи, збереження культурної спадщини Європи, безпеки життєдіяльності в європейському соціумі. Більшість таких лобі-груп є багатoproфільними, оскільки використовують прямі і непрямі методи лобіювання для підтримки наднаціональних ініціатив, зокрема розширення ЄС та прозорості політики сусідства, суспільної толерантності, відкритості європейського економічного простору для третіх країн, спільної європейської безпекової та зовнішньої політики, забезпечення прав і свобод громадян Європи та плюралізму і незалежності засобів масової інформації. Як вважають представники груп інтересів та груп тиску, зокрема, на національному рівні, стратегія європейської інтеграції спонукає шукати загальну ідентичність, яка б дозволила громадськості країн ЄС побачити свої прагнення, відображеними в толерантних універсальних принципах/ У традиціях європейської політики представництво інтересів громадськості на національному рівні функціонування держави вважається доцільним і необхідним. Ці традиції було привнесено і адаптовано на наднаціональному рівні, перш за все, в політичних інституціях ЄС [21-28].

Так, серед лобі-груп, що представляють суспільні інтереси, можна виокремити асоціації споживачів, професійні союзи, неурядові організації, асоціації захисту прав людини та інших фундаментальних прав і свобод, асоціації місцевих властей

тощо Більшість неурядових організацій, які мають представництво в Брюсселі, лобіюють інтереси у некомерційних сферах співробітництва інститутів ЄС з громадянським суспільством. Так, EU Civil Society Contact Group є найбільшою та найпотужнішою неурядова організація, яка співпрацює із European Trade Union Confederation. Ключовими напрямками її діяльності є захист навколишнього середовища, прав людини, соціальна та культурна сфери; ANEC (European consumer voice in standardization), міжнародна неприбуткова асоціація, представляє в Брюсселі інтереси організацій захисту прав споживачів з країн-членів ЄС та країн, які увійшли до EFTA (European Free Trade Association); Taxpayer Association of Europe представляє інтереси платників податків країн-членів ЄС, а саме: Австрії, Бельгії, Італії, Нідерландів, Польщі, Словаччини, Швеції, Швейцарії, Угорщини, навіть Білорусії та України; AGE (European Older People's Platform) за головну мету має захист інтересів людей похилого віку і займається інформаційною та політичною діяльністю з метою внесення до порядку денного ЄС проблем людей похилого віку. Одним із пріоритетних напрямків її роботи є боротьба проти дискримінації за віком [29;30].

Однією з найбільш лобійованих сфер є соціальна сфера, особливо ті аспекти, які стосуються профспілок та законодавства про працю. Представником інтересів професійних союзів на загальноєвропейському рівні є ETUC (The European Trade Union Confederation), яка була заснована у 1973 р. для захисту прав робітників на європейському рівні та для представлення їх інтересів в інституціях ЄС. Зараз до складу організації входять 76 національних профспілкових конфедерацій з 36 європейських країн, а також 11 європейських промислових федерацій, разом складаючи 60 мільйонів членів, плюс організації-спостерігачі з Македонії та Сербії. European Trade Union Confederation визнається Європейським Союзом та Радою Європи як єдина уповноважена профспілкова організація, що працює у всіх галузях, на загальноєвропейському рівні зі статусом «соціального партнера» [23;26;28].

Важливим інструментом взаємодії ЄС з громадянським суспільством є ухвалення рішень, що стосуються правозахисних проблем. Зазначимо, що в демократичному суспільстві правозахисна діяльність віднесена до основних сфер

взаємодії влади і суспільства, до забезпечення конституційних прав громадян в умовах загострення соціальних і економічних викликів сучасності, зокрема, лобі-група FIDH-AE (The European Association for Human Rights) представляє асоціації захисту прав людини у країнах-членах ЄС та співпрацює із Міжнародною федерацією захисту прав людини (International Federation for Human Rights); головною метою діяльності Amnesty International є боротьба із бідністю; EPLO (European Peacebuilding Liaison Office) об'єднує 17 європейських неурядових організацій, які займаються попередженням конфліктів та миротворчими процесами; головною метою у діяльності European Network Against Racism (ENAR) є боротьба із расизмом у всіх країнах-членах ЄС; European Women's Lobby (EWL) лобіює встановлення рівних прав для чоловіків та жінок, зокрема, щоб права жінок були враховані при розгляді різноманітних питань у процесі прийняття рішень відповідними інституціями ЄС [24;27].

До технологій лобіювання громадських інтересів в ЄС неурядовими організаціями відносять: аналітичну експертизу, тобто підготовку досліджень, публікацій і прогнозів, покликаних впливати на ухвалення рішень в органах ЄС або на рівні національних каналів, особливо, якщо такі матеріали готуються за їх дорученням й замовленням; стратегічний консалтинг, тобто попередній аналіз окремих рішень ЄС шляхом участі у відкритому обговоренні проблем (найбільш наочно це виявилось в роботі банківських федерацій по визначенню механізму введення єдиної валюти ЄС євро, зокрема, їх пропозицій в сфері техніки банківських операцій, на які прямо орієнтувався міжнародний валютний інститут у Франкфурті, що став прообразом нинішнього єдиного Центробанку ЄС); інформування інститутів ЄС про поточну лобістську діяльність та консультування; медіа рілейшнз, тобто пропаганда інтересів і поглядів лобі-груп через органи масової інформації, зокрема, через «Europe», «Economist», «Financial times», «Frankfurter Allgemeine Zeitung» та ін. [2;23;27].

Неурядові організації також використовують ІР-технології, сприяючи фінансуванню виборчих кампаній депутатів Європейського Парламенту; лобіюють інтереси національних урядів при призначенні комісарів (членів Комісії

Європейських Співтовариств); організують прямі цільові візити груп інтересів в інститути ЄС для ухвалення необхідних рішень; беруть участь в урядових і міжнародних комісіях з окремих питань регулювання економіки й техніки як експерти (за їхньої участі вироблявся, наприклад, «стабілізаційний план» ЄС з боротьби з безробіттям і відновлення економічного зростання, без чого неможлива повна реалізація в рамках ЄС Економічного й валютного союзу); ініціюють антидемпінгові розслідування у Комісії ЄС проти «агресивного» імпорту окремих товарів з інших країн; експертна участь представників ділових кіл в офіційних делегаціях Комісій ЄС у переговорах з іншими країнами [31]

Опосередкованими технологіями лобістської діяльності, як зауважують дослідники євролобізму, можна вважати взаємодію з впливовими «мозковими центрами», або «think tanks», тобто публічними дослідницькими інститутами, які здійснюють аналіз і розробляють пропозиції з питань внутрішньої і зовнішньої політики для органів законодавчої і виконавчої влади. Такі дослідницькі центри можуть бути як структурними підрозділами лобі-компаній, так і «незалежними» структурами, що співпрацюють з лобі-компаніями на постійній основі з метою впливу на ухвалення політичних, економічних, екологічних, адміністративних і інших рішень в ЄС. До організацій загальноєвропейського рівня відносять Дослідницький центр Брегель (Bruegel); Центр за нову Європу (Centre for a New Europe); Центр європейських політичних досліджень (Center for European Policy Studies); Європейський політичний центр (European Policy Center); Група з аналізу міжнародних криз (International Crisis Group); Нова оборонна ініціатива (New Defense Agenda) тощо. За оцінкою експертів, Центр європейських політичних досліджень і Група по аналізу міжнародних криз входять до списку десяти найвпливовіших «мозкових центрів» світу. Публікації дослідницьких інститутів впливають на громадську думку щодо сприйняття багатьох політичних і економічних процесів в ЄС і використовуються лобі-групами, оскільки прогностичні розробки, що стосуються складного перетину політики, економіки, екології, технології, використовуються у пропозиціях та рекомендаціях до законодавчого процесу та лобіювання інтересів організованих груп [32-34].

До кола проблем незалежного центру FEPS (Foundation for European Progressive Studies) як фундації з стратегічних комунікацій переважно належать проблеми об'єднання і просування соціал-демократичної політичної сили на наднаціональному рівні та її принципів політичної діяльності, серед яких головними є: демократія і різноманітність, соціальна Європа, політика довілля, роль Європи в глобальному світі, політичне лідерство, громадянське суспільство. Політичні проекти FEPS фінансуються Європейською Комісією та Європейським парламентом, оскільки включають стратегії побудови дійсно соціальної Європи, впровадження європейської соціальної демократичної політики, соціалістичних цінностей [32]

Важливою характеристикою лобістської діяльності в структурах ЄС є також представництво корпоративних інтересів європейських транснаціональних компаній та галузевих об'єднань. Як показує аналіз, сучасна лобістська мережа ТНК включає окремі відділи корпорацій та їх об'єднань, різні неформальні контактні організації і фонди, PR- та GR-агенції, багатoproфільні і спеціалізовані лобі-компанії, заангажовані медіа-групи тощо, метою діяльності яких є вплив на законодавчі акти, що ухвалюються в інституціях ЄС, на діяльність структур громадянського суспільства, результати виборів і рішення судових органів. Використовуючи зв'язки з урядовими структурами, ТНК часто лобіюють свої інтереси «за» або «проти» діяльності державних органів інших країн для отримання сприятливих умов бізнесу, а також використовувати свої власні або партнерські компанії для підтримки певної суспільно-політичної сили, яка підтримує вигідні корпораціям реформи [35-36].

Серед лобі-груп, що діють в рамках Європейського Союзу, можна виокремити компанії загальної компетенції (багатoproфільні), які здійснюють лобіювання у різних сферах корпоративних інтересів, компанії спеціальної компетенції (вузькоспеціалізовані), які здійснюють лобіювання лише в одній визначеній сфері діяльності, а також лобістські організації, які представляють власні інтереси. Нараховується близько 550 єврогруп, з яких майже 50% представляють промислові та комерційні інтереси, 25% – сільськогосподарські та інтереси виробників продовольчих товарів, 20% – інтереси сфери послуг, а 5% – захищають інтереси

профспілок, благодійних фондів тощо. До найвпливовіших відносять COPA, UNICE, Hill and Knowlton, Burson-Marsteller, Harvard PR, Weber Shandwick, Grayling Group, Ogilvy Health World, Euro Plus, Euro RSCG Group Corporate, International Council for Capital Formation [35].

Як зазначає дослідниця лобістської діяльності в структурах ЄС У.Курчевська, найбільш активними у сфері лобіювання є організації, що представляють корпоративні економічні та галузеві інтереси. Дослідниця звертає увагу, що з самого початку існування ЄЕС економічні інтереси переважали в структурі діяльності лобі на загальноєвропейському рівні, та й сама ідея створення Європейських Співтовариств була пов'язана саме з економічною необхідністю. Динамічне зростання чисельності нових економічних організацій відбулося саме в період обговорення програми Спільного ринку і ухвалення Єдиного європейського акту [37].

Аналіз діяльності лобі-груп засвідчує, що одна з найбільш відомих європейських конфедерацій, яка має досить тривалу традицію в лобіюванні COPA (Committee of Agricultural Organizations in the EU), основними цілями своєї діяльності визначає представництво інтересів аграрного сектора економіки в цілому, аналіз проблем, пов'язаних з розвитком єдиної аграрної політики, пошук рішень, прийнятних для всіх організацій, що входять в COPA, підтримка і розвиток контактів з органами ЄС, іншими організаціями і соціальними партнерами на рівні Європейського Союзу. Як і більшість лобістських організацій, COPA під час створення лобістської мережі співпраці з органами ЄС особливу увагу приділяє безпосереднім контактам з Європейською Комісією та Європейською Радою ЄС, а також опосередкованим контактам з політичними інститутами ЄС через національні уряди окремих держав [36].

Лобі-група ERT, яку вважають «елітарним клубом» 46 директорів найбільших європейських фірм і концернів, зокрема, ABB, Volvo, Nestle, Bayer, Philips, Fiat, Ericson, Renault, Univeler, Bertelsmann тощо, займається конкретними проблемами політики у сфері конкуренції, ринку праці, інформаційних систем, відносин ЄС-США, контролем за експортом, лобіювала динамічне створення спільного ринку, а

також ефективно проведення політики у сфері конкуренції на рівні ЄС. Лобістські проекти ERT стосуються таких сфер, як: недопущення монополізації на ринку ЄС, реформи системи оподаткування, запровадження єдиних стандартів якості на товари всіх країн-членів ЄС, зниження собівартості продукції тощо [35].

Значний вплив на економічну політику ЄС здійснюють потужні так звані «енергетичні» лобі-групи EURELECTRIC (Union of the Electricity Industry), EuroGas, Euroheat & Power, COGEN Europe (European Association for the Promotion of Cogeneration), CEER (Council of European Energy Regulators), Foratom, UCTE (Union for the Coordination of Transmission in Europe), IFIEC EUROPE (International Federation of Industrial Energy Consumers) та EUBIA (European Biomass Industry) тощо. Так, головною метою EURELECTRIC, яка представляє спільні інтереси енергопостачальників на пан'європейському рівні, є внесок у розвиток та конкурентоспроможність європейської індустрії енергопостачання; лобіюванням в газовому секторі займається міжнародна неприбуткова організація EuroGas; лобістську діяльність у сфері теплопостачання віднесено до компетенції організації Euroheat & Power; у сфері комбінованого виробництва енергії енергосистемами та промисловими електростанціями Європи найбільш впливовою лобі-групою вважається COGEN Europe. Неприбуткова асоціація CEER працює у двох напрямках: об'єднує незалежних національних енергетичних інспекторів з усіх країн-членів ЄС та представляє їх інтереси в Європейському Парламенті та Європейській Комісії [1;35].

Не менш лобійованою є сфера фінансів, в якій активно діють на наднаціональному рівні лобі-групи FBE (European Banking Federation), EAPB (The European Association of Public Banks), European Mortgage Federation, EFFAS (The European Federation of Financial Analysts Societies), ECMI (European Capital Markets Institute), ISMA (International Securities Market Association), CESR (The Committee of European Security Regulators), що представляють інтереси європейського банківського сектору та національних банківських асоціацій, кредитного сектору та фінансових інституцій і впливають на монетарну і фіскальну політику ЄС, а також на регуляторну політику у фінансовій сфері [35].

Корпоративні інтереси у сфері охорони здоров'я (медицини, фармацевтики і ветеринарії) лобіюють в інститутах ЄС The Association of the European Self-Medication Industry, EUCOMED (Medical Technologies and Devices Industry), GIRP (European Association of Pharmaceutical Wholesalers), European Federation of Pharmaceutical Industries, APHA (Animal and Plant Health Association), PGEU (Pharmaceutical Group of the European Union), EHPPM (European Federation of Associations of Health Product Manufacturers), EPHA (European Public Health Alliance). Так, The Association of the European Self-Medication Industry підтримує тісні зв'язки від імені своїх клієнтів із відповідними інституціями ЄС, такими як Європейська Комісія, Європейський Парламент, Європейська Рада ЄС, Європейська медична організація, Економічний та соціальний комітет. Організація надає фахові консультації урядовим інституціям щодо ухвалення того чи іншого законопроекту у сфері охорони здоров'я. Метою лобі-діяльності European Federation of Pharmaceutical Industries, яка представляє інтереси виробників інноваційних фармацевтичних препаратів, включає 29 національних фармацевтичних асоціацій та 43 компанії-лідери, є сприяння розвитку інноваційних технологій задля покращення здоров'я та умов життя європейських громадян [1;36].

Потужними є також так звані «екологічні» лобі-групи (AER (Assembly of European Regions), Climate Action Network Europe, EEB (European Environmental Bureau), European Federation for Transport and Environment, EPEE (European Partnership for Energy and the Environment), які поєднують в стратегіях лобіювання як представництво інтересів громадянського суспільства, так і корпорацій, що призводить до ухвалення суперечливих рішень інституціями ЄС. Промислові компанії, з одного боку, здійснюють корпоративне лобіювання своєї прихильності до «зелених» ідей, з другого - співпрацюють з найменш радикальними екологічними групами і лобіюють на рівні ЄС антиекологічне законодавство та фінансують антиекологічні рухи [1;35-36].

Діяльність лобі-груп та корпорацій (EBU (The European Broadcasting Union), AER (Association of European Radios), EDiMA (European Digital Media Association), EADP (European Publishers Council, European Association of Directory Publishers),

FAEP (European Federation of Magazine Publishers), EPC (European Publishers Concil), ENPA (European Newspapers Publishers' Association) та FAEP (Federation of European Magazine Publishers), Advertising Information Group, EASA (European Advertising Standards Alliance) та EACA (European Association of Communication Agencies), IFJ (International Federation of Journalists) у сфері засобів масової інформації і комунікації відзначається ефективним використанням сучасних комунікативних технологій для просування представницьких інтересів. Лобі-групи у сфері ЗМК представляють інтереси приватних та комерційних радіостанцій з 11 країн-членів ЄС, Румунії та Швейцарії, компаній цифрових ЗМК, видавництв, рекламних агенцій, професійних журналістських спілок у питаннях, які можуть негативно вплинути на бізнес. Лобіювання стосується законодавства щодо захисту авторських прав, ліцензування музичних продуктів, антимонопольного законодавства та принципи оподаткування [2;31;36].

У дослідженнях підкреслюється, що сучасні інформаційні ТНК є проміжною ланкою між промисловими і військовими корпораціями, оскільки експорт інформації дозволяє їм підготувати в багатьох країнах відповідну соціально-політичну базу для експорту промислової і військової продукції. До сфери лобістських інтересів інформаційних ТНК відносять пропаганду приватного підприємництва, західної ідеології, цивілізаторської місії ТНК в країнах, що розвиваються, участь в інформаційному протиборстві між державами тощо [36].

На європейському ринку комунікативних технологій сформувався динамічний попит на такі послуги, як лобіювання, корпоративний, фінансовий, кризовий, політичний, урядовий, комерційний, промисловий, мережевий PR, Government Relations, Public Affairs. Стратегія розвитку лобі-бізнесу враховує сприятливу ринкову кон'юнктуру, тенденції діяльності груп інтересів та провідних європейських лобі-компаній, зокрема, Barson Marsteller, GTS, Edelmarm PR World Wide, співробітництво яких забезпечує надприбутки на ринку комунікативних технологій, створення нових форм і структур, здатних конкурувати на світових ринках. Найбільш прибутковим бізнесом вважається лобіювання, високотехнологічні програми лобіювання виявляють свою конкурентоспроможність

на глобальному, регіональному та національному рівнях. Сучасна практика лобіювання включає такі послуги, як: офіційні та неофіційні комунікації з урядовими структурами; лобі-комунікації та безпосередню участь у парламентських засіданнях, колегіях відповідних до інтересів лобіювання урядових та спеціалізованих відомств; PR-консалтинг при підготовці законопроектів; просування представницьких інтересів уряду та бізнесових кіл на міжнародних форумах; вплив на прийняття рішень через громадську думку і засоби масової комунікації; організація та моніторинг бізнесових пропозицій; PR-супроводження та фінансування виборчих кампаній [1;17;31;].

Відкритість європейських інститутів, стратегічний курс на економічне зростання на основі нових технологій стимулює інтерес лобі-агенцій до глобального ринку комунікативних технологій та його можливостей. Так, за підтримки груп тиску було проведено експертно-аналітичне дослідження щодо забезпечення конкурентоспроможності Європи (країн ЄС) в інформаційному секторі світового господарства, яке втілювалося в рекомендації і пропозиції для Європейської Ради ЄС щодо оптимізації європейської інформаційної індустрії, лібералізації телекомунікацій, розвитку європейського ринку інформаційних продуктів та послуг, формування європейського інтелектуального потенціалу для подальшого забезпечення європейських інтересів на глобальному рівні. Лобі-групи відіграють важливу і конструктивну роль у діалозі членів Європейського Парламенту з групами інтересів та спільнотами споживачів, проте важливо, щоб цей діалог був прозорим і вільним від недоброчесної конкуренції. Аналіз подій та тенденцій на регіональних ринках, що здійснюється експертами PR-лобіювання, має стабільний попит і високий комерційний рейтинг серед провідних бізнесових та фінансових структур. До послуг PR-лобіювання звертаються відомі корпорації (Microsoft, Sun Microsystems, Vodavon, LG, Samsung тощо), держави та середні фірми, які потребують послуг системного аналізу, інтерпретацій та прогнозування в галузях високих технологій [26-27;36].

Потрібно відзначити лобі-проекти потужної європейської PR-групи Weber Shandwick (річний дохід компанії становить більше 325 млн. доларів США), яка

надає послуги, що забезпечують лобіювання груп інтересів, позиціонування бренду, стратегічного планування на місцевому, європейському та глобальному рівнях, PR-послуги в таких сферах, як репутаційний менеджмент, антикризове управління, консалтинг, Public Affairs, маркетинговий PR, B2B (міжбізнесові комунікації), споживчий маркетинг, корпоративні комунікації, внутрішньокорпоративні комунікації, фінансовий PR, інтегровані послуги, включаючи web-підтримку, дослідження ринку та інтерактивні комунікації тощо. Агентство в традиціях європейської політичної культури декларує прозорий та етичний підхід лобі-діяльності [38].

Лобі-послугами Weber Shandwick користуються 50 найбільш прибуткових компаній світу, зокрема, P&G, MasterCard, Honeywell, General Motors, Omega Watches, Swatch, Nike, Microsoft, Dun & Bradstreet, Eastman, Kodak, Nestlй, Virgin Media, Barclays, Marie Curie Cancer Care, War Child, the Bar Council, NHS bodies and the Carbon Trust, British Nuclear Fuels, Mattel, Pernod Ricard, Warner Bros., уряд Бахрейну та організатори проведення Олімпійських ігор в Сочі, що свідчить про високий статусний рівень компанії, можливості лобістського впливу на ухвалення керівних рішень і ступінь представництва у політичних, урядових і бізнесових інституціях. У зв'язку зі стрімким розвитком ІКТ Weber Shandwick використовує цифрові засоби комунікації з метою максимального забезпечення цілей лобі-кампаній. Специфікою діяльності компанії є організація глобальної та регіональної мережі представництва інтересів в провідних медіа, бізнес- і політичних центрах світу, зокрема, PR-мережа Weber Shandwick Worldwide включає 84 агентства, які працюють під брендом WS, і 132 партнерські агентства у 82 країнах. Як показує аналіз, Weber Shandwick пропонує нові підходи до стратегій лобіювання і їх реалізації, які передбачають створення цільових програм впливу з метою формування так званих груп Advocacy, дослідження спеціальних фокус-груп, планування та використання можливостей провідних медіа, співпрацю з етнічними спільнотами (послуги так званого етнолобізму), ексклюзивні в Європі стратегічні комунікації та консультаційні послуги у фінансовій сфері [31;35-36].

Проте основною сферою діяльності Weber Shandwick є політичне консультування, що забезпечує прозору взаємодію з національними та наднаціональними політичними інститутами і лобі-супроводження процесу ухвалення рішень на законодавчому, виконавчому рівнях, на рівні громадянського сектору та медіа. Політичний консалтинг лобі-стратегій компанії охоплює лобіювання в парламенті, політичний моніторинг та збір релевантної інформації (аналіз інформації та рекомендації клієнтам щодо подальших дій), організацію публічних заходів за участю впливових політичних лідерів, встановлення особистісних зв'язків з політиками, від яких залежить ухвалення потрібних для лобі-стратегії рішень, політичний аудит, політичні медіа зв'язки, зв'язки з групами інтересів громадянського суспільства та моніторинг громадської думки [31;35-36].

На думку дослідників євролобізму, вагомим чинником, який сприяє активізації і плюралізації процесу лобіювання в інституціях ЄС, є наявність організованих груп інтересів на національному та наднаціональному рівнях, представництво яких уможливорює законний доступ до процесу ухвалення рішень і прозорість впливу на законодавчу діяльність. Взаємодія лобі-груп з громадянським суспільством є демократичною гарантією участі громадських об'єднань у процесах ухвалення рішень, оскільки, з погляду представництва інтересів громадськості на рівні політичних інститутів, кожний громадянин повинен мати реальну можливість захисту фундаментальних та соціальних прав людини і суспільства. Становлення інституту лобізму вважається одним з найвпливовіших упродовж сучасного періоду суспільно-політичних трансформацій в Україні, оскільки відіграє функцію каталізатора трансформації політичної системи та взаємодії влади з лобі-групами і громадянським суспільством. Специфікою української практики лобіювання є переважання методів прямого лобіювання, що підтверджується кількістю висунутих та прийнятих законодавчих ініціатив щодо легітимації лобізму в Україні. Тривала відсутність законодавчого регулювання лобізму свого часу спричинила використання українськими фінансово-промисловими групами зарубіжних лобі-компаній для досягнення впливу на ухвалення рішень в ЄС, оскільки українські групи інтересів розглядали діяльність іноземних лобі-груп як цивілізовану форму

представлення їхніх економічних та політичних інтересів, особливо в країнах Центральної та Східної Європи [39-43].

Висновки. Політичний вимір комунікацій інститутів ЄС з групами тиску і громадянським суспільством відображає трансформаційні процеси євроінтеграції на національному та наднаціональному рівнях функціонування європейських країн і регіональних організацій, оскільки для сучасних суспільств, плюралістичних за своєю природою, характерною є наявність груп інтересів та груп тиску, які стають причетними до ухвалення важливих для громадськості рішень в різних сферах життєдіяльності. Практика лобі-комунікацій в рамках Європейського Союзу відображає тенденції, які визначають розвиток європейської демократії в умовах інтеграційних процесів і є формою самоорганізації громадянського суспільства.

Список використаних джерел

1. Європейські комунікації / [Макаренко Є.А., Ожеван М.А., Рижков М.М. та ін.]. – К.: Центр вільної преси, 2007. – С. 261-317.
2. Комунікативні тренди міжнародних відносин. Монографія //Макаренко Є.А., Рижков М.М., Піпченко Н.О. та ін. – К.: Центр вільної преси, 2016. – 614 с.
3. Gelak D. Lobbying and Advocacy. – The Capitol.net, 2007. – 471 p.
4. Nownes A.J. Total Lobbying: What Lobbyists Want (and How They Try to Get It) / A.J.Nownes. – Cambridge: Cambridge University Press, 2006. – 278 p
5. Андрикене Л. Лоббизм в Литве и за рубежом [Електронний ресурс]. / Лайма Андрикене. – Режим доступу: http://www.jura.lt/2002_02/article07_r.htm
6. Lehmann W. Lobbying in the European Union: Current Rules and Practices. Working Paper of Directorate-General for Research. AFCO.104. EN. [Електронний ресурс] / W.Lehmann, L.Bosche. – Режим доступу: http://ec.europa.eu/civil_society/interest_groups/docs/workingdocparl.pdf
7. Bouwen. P. Corporate Lobbying in the European Union: The Logic of Access P.Bouwen // Journal of European Public Policy. – 2002. – Vol. 9, № 3. – P. 365-390.

8. Smallwood A, Hope S., Stevenson M. Lobbying in the EU: An Overview // EU Insight. September 2008. № 22. URL: eunmion.org/News/ei newsletters/EUInsight/2008/EUInsight-Lobbying-Sept08.pdf
9. Бинецкий А.Э. Лоббизм в современном мире / А.Э.Бинецкий. – М.: Теис, –2004. – 247 с.
10. Боров А.В. Регулирование корпоративного лоббизма в Евросоюзе: хроники компромиссов по поддержанию полупрозрачности [Электронный ресурс]. / А.В.Боров // Информационно–аналитическое издание «Советник президента». – 2008. – № 56. – Режим доступа: http://www.sovetnikprezidenta.ru/56/6_ekonomika.html.
11. Руденкова Д. Э. Лоббизм в институтах Европейского союза // Международные процессы. – 2015. – Т. 13. - № 1. – С. 77. [Электронный ресурс] / Д. Э. Руденкова.- Режим доступа: <http://www.intertrends.ru/fortieth/Rudenkova.pdf>
12. Минченко Е.Н. Современные тенденции в технологиях лоббизма [Электронный ресурс] / Е.И.Минченко. – Режим доступа: <http://www.stratagema.org/index.php>.
13. Почепцов Г. Соціальні комунікації і нові комунікативні технології / Г. Почепцов // Комунікація. – 2010. – № 1. – с. 19-26
14. Тихомирова Є. Б. Лоббизм как специфическая форма коммуникаций с общественностью // Вестник Московского университета. – Серия 18. Социология и политология. – 2002. – № 3. – С.113 – 127
15. Бебик В.М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка паблік рилейшинз: Монографія / В.М. Бебик. – К.: МАУП, 2005. – 440 с
16. Королько В.Г. Паблік рїлейшнз. Наукові основи, методика, практика. Підруч. / В.Г.Королько. – К.: ВД «Скарби», 2001. – 400 с.
17. Шевченко О. Європейська PR-практика / О.Шевченко. – К.: ІМВ, 2008. – 162 с.
18. Войнич О.М. Аналіз діяльності лобї–груп в рамках Європейського Союзу / О.М.Войнич // Актуальні проблеми міжнародних відносин. (Інститут міжнародних

відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка). – К., 2008. – Випуск 80. Частина I. – С. 221–224

19. Барандий М. Лоббизм по-європейски: образцы и перспективы [Електронний ресурс] /М.Барандий.– Режим доступу: <https://mind.ua/ru/openmind/20174311-lobbizm-po-evropejski-obrazcy-i-perspektivy>

20. Годний С. П. Лобізм як форма політичної комунікації [Електронний ресурс] /С.П. Годний. – Режим доступу:<https://conferences.vntu.edu.ua/index.php/all-hum/.../129>

21. Theory and practice of lobbying in the European Union [Електронний ресурс]. / Beard M. – 2006. – Режим доступу: <http://www.ipsterraviva.net/Europe/article.aspx?id=2079>

22. EU Lobbying: Empirical and Theoretical Studies / [Edited by D.Coen Published]. – London: Routledge, 2008. –172 p.

23. EU Tube: Sharing the Sights and Sounds of Europe. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.youtube.com/eutube>

24. Lobbying in a democratic society (European Code of conduct on lobbying) . Report. Committee on Economic Affairs and Development [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://assembly.coe.int/Documents/WorkingDocs/Doc09/EDOC11937.pdf>

25. An Open and Structured Dialogue between the Commission and Special interest groups. European Commission. 93/C63/02. (1993) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ec.europa.eu/civil_society/interest_groups/docs/v_en.pdf

26. Lobbying in the European Union. Briefing paper November 2007 Policy Department Citizens' Rights and Constitutional Affairs [Електронний ресурс]. – Режим доступу: (<http://www.ipolnet.ep.parl.union.eu/ipolnet/cms>).

27. Lobbying the European Union by Committee. The strategies of corporate influence in the Commission's expert groups, Council's working groups and comitology committees [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://archive.corporateeurope.org/lobbyingbycommittee.html>

28. EU strategic communication to counteract anti-EU propaganda by third parties. European Parliament resolution of 23 November 2016 [Електронний ресурс]. – Режим

доступу: [http:// www. Europarl .europa. eu/sides /getDoc.do?pubRef=-//EP//NONSGML+TA+P8-TA-2016-0441+0+DOC+PDF+V0//EN](http://www.Europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//NONSGML+TA+P8-TA-2016-0441+0+DOC+PDF+V0//EN)

29. Schendelen R. van. *Macchiavelli in Brussels: the Art of Lobbying the EU*. Amsterdam University Press, Amsterdam, 2002. P. 105-109.

30. Marziali V. *Lobbying in Brussels. Interest Representation and Need for Information*. ZEI Discussion Papers (2006) [Електронний ресурс] / V.Marziali. – Режим доступу: [www.zei.de/download/zei_dp/ dp_c155Marziali.pdf](http://www.zei.de/download/zei_dp/dp_c155Marziali.pdf).

31. Макаренко Є. Сучасні комунікативні технології: доктрина, типологія, інструменти, практика // Актуальні проблеми міжнародних відносин. (Інститут міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка). – К., 2009. – Випуск 84. Частина I. – С. 147-152.

32. Офіційний сайт Foundation for European Progressive Studies (FEPS) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.feps-europe.eu/

33. Офіційний сайт аналітичного інституту Bruegel – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bruegel.org/>

34. Офіційний сайт аналітичного інституту Centre for European Reform (CER), London – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.cer.org.uk/>

35. Войнич О.М. Аналіз діяльності лобі-груп в рамках Європейського Союзу / О.М.Войнич // Актуальні проблеми міжнародних відносин. (Інститут міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка). – К., 2008. – Випуск 80. Частина I. – С. 221-224.

36. Войнич О.М. Сучасні комунікативні технології в діяльності європейських ТНК / О.М.Войнич // Актуальні проблеми міжнародних відносин. (Інститут міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка). – К., 2009. – Випуск 85. Частина I. – С. 167-172

37. Kurczewska U. *Lobbing in the European Union* / U.Kurczewska // *Evropa*. – 2002. – Vol. 4, № 3. – P.117-148.

38. Офіційний сайт компанії Weber Shandwick – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www. webershandwick. com/Default. aspx/ Insights/Advocacy](http://www.webershandwick.com/Default.aspx/Insights/Advocacy)

39. 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. – Випуск 84. Частина І. – С. 187-192.

40. Телешун С.О. Хроніка становлення українських фінансово-промислових груп. За матеріалами вітчизняних та закордонних ЗМІ / С.О.Телешун. – Ж.: ТОВ «Центр», 2004. – 96 с.

41. Базілевич Д. Інформаційно–аналітичні матеріали до круглого столу: «Лобіювання в Україні: досвід, проблеми і перспективи» / Д.Базілевич, В.Нестерович / [За заг. Редакцією к.ю.н. В. Федоренка]. – К.: СПД Москаленко О.М., 2009 – 36 с.

Малишенко Л. О. Специфіка лобіювання в сучасній Україні / Л. О. Малишенко // Вісник Національної юридичної академії України імені Ярослава Мудрого: зб. наук. пр. Сер. Філософія, філософія права, політологія, соціологія. – Х.: Право, 2012.

42. Денисюк А. В. Громадський лобізм в Україні: проблеми і перспективи розвитку / А. В. Денисюк // Гілея: науковий вісник. Збірник наукових праць / Гол. ред. В. М. Вашкевич. — К.: «Видавництво «Гілея», 2015. — Вип. 102 (11). — С. 403–405.— №2. — С.260–268.