

## Корпоративізм як принцип розподілу політичної влади

Марія Ткачук,  
аспірант кафедри політології  
Національного університету  
„Києво-Могилянська академія”

*На думку автора статті, при аналізі політичних процесів в Україні плідним може бути корпоративістський підхід. Визначенню особливостей цього принципу й присвячується пропонована розвідка.*

Корпоративізм розглядається як особлива форма (спосіб) економічної, соціальної та політичної взаємодії держави з різними суспільними групами. Для того, щоб краще зрозуміти його суть, варто звернутися праць до Г. Вярди, який пропонує розпізнавати корпоративізм в політичній системі за такими основними ознаками: 1) суспільство є організованим (повністю чи частково) не на індивідуалістичній основі, а складається з функціональних, громадських, „корпоративних” об'єднань (родини, клани, регіональні та/або етнічні групи, трудові чи бізнесові об'єднання, групи інтересів), які й утворюють націю; 2) держава прагне структурувати, обмежувати, ліцензувати ці групи й контролювати їх (таку державу Г. Вярда називає „сильною, але не тоталітарною” [13, с. 15]); 3) держава прагне інкорпорувати ці групи в державну систему, тоді як самі вони намагаються і отримати вигоду завдяки участі в цій інкорпорації, і зберегти певну документально закріплену (Конституцією, законами) автономію [13, с. 9].

Корпоративізм як форма організації суспільства відомий з давніх-давен. Г. Вярда, до речі, пише, що „природний корпоративізм” існував у багатьох формах домодерних суспільств, особливо в тих традиціях, де наголошувалося на солідарності, груповій ідентичності, спільності (племена Африки, засноване на групових зв'язках конфуціанство, засновані на груповій, клановій, кастовій спільності спільноти Південної Азії тощо) [13, с. 9]. Ми ж обмежимося розглядом лише сучасного корпоративізму.

Г. Вярда [13, с. 9 - 15], Ф. Шміттер та Дж. Лембрух [12; 10] розрізняють дві основні форми сучасного корпоративізму.

**Проголошений (або авторитарний) корпоративізм** існував у період між Першою і Другою світовими війнами. Він поступово переродився на сильні

авторитарні режими (фашистська Італія, нацистська Німеччина, Франція за часів Віші, Іспанія за Ф. Франко, Португалія за А. Салазара, Бразилія за часів Ж. Варгаса, Аргентина за часів Х. Перона). Характерна його особливість — пригнічення усіх груп інтересів, особливо профспілок.

**Сучасний неокорпоративізм** (інші назви — **соцістальний, ліберальний корпоративізм**) часто називають „суспільним” та ”відкритим”; він притаманний розвиненим державам (і аж ніяк не державам, що розвиваються). Неокорпоративізм інкорпорує групи інтересів у процеси прийняття рішень у таких галузях, як індустріальна політика, соціальний добробут, пенсії, економічне планування. Як правило, залучаються „економічні” групи інтересів: профспілки, наймані робітники, фермери. Проте, в залежності від питання, яке обговорюється, можуть залучатися й інші групи. Неокорпоративістська модель передбачає формальні (у значенні офіційні) консультації між основними групами інтересів і державою. Залучення до відповідної групи інтересів означає пряму участь в процесі прийняття рішень під патронатом держави, представництво та право голосу (часто — право вето) в апараті, де приймається рішення. Неокорпоративізм практикується в країнах Західної Європи, де бізнес, професійні спілки і держава укладають так звані соціальні угоди (social pacts). Часто це явище називають трипартизмом. Він вважається ефективним механізмом вирішення проблем у сфері праці на міжнародному рівні, який активно використовується Міжнародною організацією праці [9]. Соціальні угоди, розроблені під наглядом та за допомогою урядів, передбачають відмову профспілок від використання права на страйк в обмін на гарантії роботодавців на підвищення заробітної платні та соціальні гарантії. Такі угоди вигідні для усіх трьох сторін: профспілки отримують вищі зарплати та соціальні гарантії, бізнес — стабільність і зростання продуктивності праці, держава — суспільний спокій. Країнами „міцного неокорпоративізму” вважають Австрію, Швецію і Швейцарію, менш виражені ознаки корпоративізму можна знайти у Великій Британії, Франції та Німеччині.

Деякі дослідники виокремлюють ще два різновиди корпоративізму — **бюрократичний** та **олігархічний** [5, с. 55 - 61]. Їх спільною рисою є асиметричний розподіл влади в класичному трикутнику „влада – бізнес – профспілки”; часто остання з цих ланок взагалі не стає суб’єктом переговорів та процесу вироблення політики.

**Бюрократичний корпоративізм** — це фактично корпоративізм на рівні груп інтересів та інститутів виконавчої гілки влади. В умовах, коли реальна влада зосереджена у виконавчій гілці державної влади, групи, що не мають можливості впливати на неї, втрачають свій вплив. Джерелом бюрократичного корпоративізму можна вважати помічену М. Вебером (праця „Господарство і суспільство”) властивість бюрократів монополізувати техніку управління та використовувати ресурси не лише для виконання своїх функціональних обов’язків, а й для задоволення

„владного інстинкту” [2] (М. Вебер вважає, що владний інстинкт є нормальним та навіть необхідним інстинктом для політика, проте не для чиновника [3]). Прикладом бюрократичного корпоративізму вважають суспільство радянського типу.

**Олігархічний корпоративізм** — це нав'язування суспільству кланових інтересів фінансово-промислових груп із застосуванням нелегітимних способів економічної та політичної конкуренції, таких як тіньове лобювання, корупційні схеми (включно з прямим підкупом чиновників і політиків). За таких умов державна влада стає тісно пов'язаною з політично-економічними кланами: олігархи зосереджують у своїх руках більшість ресурсів власності, а політики (і чиновники) активно використовують адміністративні ресурси і повноваження для свого збагачення. В умовах олігархічного корпоративізму корупція пронизує усі соціальні відносини і стає найважливішим ресурсом впливу. Олігархічні монополні групи підтримуються (а іноді і створюються) державою та мають привілейоване становище для доступу до державних ресурсів. Членство в таких групах не є добровільним, навіть навпаки — неможливо здійснювати певний вид господарської діяльності без участі у такій групі, адже вони існують не лише для репрезентації інтересів її учасників, але і для здійснення управління такими групами з боку держави. Прикладом називають ситуацію в сучасній Росії.

У 1980-х роках актуальним стало дослідження **корпоративізму на рівні окремих галузей, компаній, корпорацій** тощо: корпоративні відносини спостерігаються в усіх типах корпорацій, у яких групи інтересів представляють власники, найманий менеджмент та наймані працівники (персонал) при вирішенні соціально-економічних проблем [5, с. 66]. Тобто відбулось своєрідне перенесення корпоративних стосунків з державного рівня (макрорівня) на виробничо-господарську сферу [5, с. 66]. Важливою рисою таких підприємств-співтовариств є цілеспрямоване формування сучасних виробничо-господарських організацій з домінуванням соціальної відповідальності та учасницької поведінки з боку робітників (філософія „спільної долі”), що забезпечує конкурентоспроможність, клієнтоорієнтованість (не змішувати з клієнтелізмом, який, зокрема, розглядає український дослідник В. Тертичка [8, с. 632 - 634]) та економічний розквіт організації.

Для нашого дослідження особливо важливим є поняття **політичного корпоративізму**.

С. Перегудов вважає, що в політичному дискурсі корпорація — це будь-яке структуроване представництво груп інтересів, що виходить на рівень політичних інститутів [6, с. 35]. В. Майклсон дотримується думки, що корпоративізм є цілеспрямованою колективною поведінкою, за якої організації, що представляють агреговані функціональні інтереси, взаємодіють між собою та з органами державної влади з метою вироблення й реалізації владно-управлінських рішень [5, с. 66].

Зовсім іншу позицію підтримує Дж. Кінгдон. Він називає політичним корпоративізмом „взаємодію політичних підприємців у політичному потоці”. Вчений розкриває поняття політичного корпоративізму через своє бачення особливостей функціонування політичного процесу як такого. Він розглядає політичний процес як набір паралельних „потоків” (безперервних процесів нижчого порядку): потоку проблем, потоку політик/пропозицій/альтернатив (policies) та політичного потоку (politics). Учасники політичного процесу (урядовці, парламентарі, працівники адміністрації президента, зацікавлені групи, групи інтересів, професійні лобісти, громадські організації, профспілки, науковці, ЗМІ тощо) можуть бути залучені до одного або й кількох потоків. Спробуємо дати їм стислу характеристику [11, с. 92 - 93].

**Потік проблем** — це проблеми, потреби, конфлікти, що існують в суспільстві та потребують вирішення. Для дослідження цього потоку й управління ним необхідно розуміти, чому одні проблеми потрапляють у сферу уваги представників влади, а інші — ні.

**Потік альтернатив публічної політики** — існує ціла спільнота спеціалістів (бюрократи, спеціалісти з планування та оцінки бюджету, працівники апарату парламенту, науковці, групи інтересів тощо), які професійно розробляють пропозиції/альтернативи публічної політики. Кожен з них має свої ідеї, власне бачення, керується власними цілями й цінностями. Усі ці думки та ідеї постійно циркулюють у цьому середовищі. Тут важливо зрозуміти, чому до одних ідей поставилися серйозно, а до інших — ні.

**Політичний потік** складається з таких компонентів, як зміна суспільних настроїв, несподівані результати опитувань громадської думки, виборчий процес та його результати, зміна президентської адміністрації, зміна кількості представників політичних партій у парламенті, успішна реалізація кампанії тиску певною групою інтересів.

Загалом ці три потоки (процеси) можна розглядати як незалежні одне від одного, проте в певні періоди якісь два з них або й усі три об'єднуються. Зміни в них, на думку Дж. Кінгдона, відкривають „вікно можливостей”, або „вікно політики” (policy window), тобто утворюють короткотермінове сприятливе середовище для просування певного політичного рішення/політичної пропозиції [11, с. 174]. Ключову роль у просуванні політичних рішень відіграють „політичні підприємці” (policy entrepreneurs). Політичний підприємець — це прихильник певної політики (policy), який готовий інвестувати свої ресурси (час, енергію, репутацію, кошти) у просування певного положення публічної політики в обмін на отримання у найближчому майбутньому матеріальних, стратегічних або солідарних вигод [11, с. 188]. За Дж. Кінгдоном, політичні підприємці можуть перебувати на різних щаблях органів влади або і взагалі поза ними: політичними підприємцями можуть бути як парламентарі чи працівники адміністрації президента, так і науковці, бюрократи, професійні лобісти

[11, с. 181 - 189].

Фактично забезпеченням об'єднання політичних потоків опікуються політичні підприємці, адже „вікно можливостей” утворюється внаслідок змін у політичному потоці (нові призначення, вибори, кардинальна зміна громадської думки стосовно чогось, реорганізація політичного інституту тощо) або в потоці проблем (загострення суспільної проблеми внаслідок якоїсь випадковості чи збігу обставин, наприклад, аварії на шахті, фінансової кризи, масової несплати за комунальні послуги). В залежності від того, що саме спричинило утворення „вікна”, розрізняють два їх типи — проблемні і політичні „вікна”. Політичний підприємець забезпечує реалізацію потрібної йому публічної політики завдяки „прикріпленню” заздалегідь розробленої пропозиції (альтернативи) до певної політичної події чи проблеми і в такий спосіб запускає свою пропозицію в апарат вироблення політичних рішень. Тобто можна говорити, що політичний підприємець є фактично управлінцем потоку пропозицій. Якщо провести аналогію з бізнес-корпораціями, то політичний підприємець — це топ-менеджер компанії, тобто найнятий працівник, який завдяки своїй кваліфікації і досвіду у сфері управління стає центральною постаттю в корпорації, адже від нього залежать прибутки компанії; топ-менеджер приймає та забезпечує виконання своїх рішень, проте має рахуватися з думкою власників/акціонерів компанії. Політичний підприємець може не лише „чіпляти” пропозиції до відповідних „вікон” з проблемного і політичного потоків (тобто лобювати), а й виробляти (готувати) ці пропозиції/альтернативи публічної політики чи координувати їх вироблення.

В політичному потоці пропозиції, проблеми, альтернативи та вирішення проблем постійно існують: їх обговорюють, переглядають і знову обговорюють. На відміну від моделі вирішення проблеми (problem-solving model), згідно з якою люди, усвідомивши проблему, починають шукати шляхів її вирішення, підхід Дж. Кінгдона полягає в тому, що альтернативи, які потенційно можуть знадобитися для вирішення певних проблем, постійно існують в уряді та його оточенні, відшуковуючи проблему (з потоку проблем) або політичну подію (з політичного потоку), до якої б ця альтернатива могла „причепитись” і, таким чином, збільшити ймовірність її схвалення [11, с. 181]. Одна й та ж пропозиція (альтернатива) може, до речі, бути „причепленою” до різних проблем і подій.

Описана Дж. Кінгдоном модель поведінки політичних підприємців характерна для американської плюралістичної моделі розподілу політичної влади (існування кількох центрів влади та багатьох груп інтересів, котрі змагаються за можливість вплинути на ухвалення конкретного рішення).

Спробуємо дослідити українські особливості роботи політичних підприємців.

На думку О. Дем'янчука, ознакою політичного корпоративізму є

групування політичних підприємців у „корпорації”, що об’єднують політичні партії, структури бізнесу/ринку, громадські/неурядові організації тощо [4]. В такий спосіб відбувається розвиток „горизонтальної площини” взаємодії різних соціальних груп. На відміну від „вертикальної площини”, яка включає в себе зв’язки, обумовлені офіційною ієрархією (тобто між керівниками й підлеглими), „горизонтальні зв’язки” передбачають взаємодію за функціональним принципом, а конкретніше – співпрацю зацікавлених сторін з метою вирішення суспільної проблеми чи досягнення певної мети.

Поштовхом для початку „корпоратизації” української політичної системи стала мета, яку можна визначити як „перемогу на виборах 2004 року”. На думку О. Дем’янчука, 2004 рік став переломним для зміцнення українських „політичних корпорацій”, адже безпрецедентно гостра президентська кампанія 2004 року чітко поділила політиків і суспільство в цілому на два табори, а концентрація ключових ресурсів навколо основних конкурентів призвела до утворення двох чітких політичних корпорацій (умовно „помаранчевих” та „блакитно-білих”), особливістю яких було блокування не лише з діловими колами (що було досить поширеним і раніше), але й з громадськими організаціями та політичними силами, які не перебували при владі [4].

Пізніше відбувся розпад „помаранчевих” на (умовно) „корпорацію Ющенко” і „корпорацію Тимошенко”. На сьогодні в українській політичній системі існують три політичні корпорації: дві вище згадані та „корпорація Партії регіонів”. Саме вони поділили між собою основні фінансові, інтелектуальні і політичні ресурси країни та, власне, й реальну владу. Більше того, через „корпоратизацію” української політичної системи відбулося значне послаблення виконавчої гілки влади, яка, окрім своєї безпосередньої функції — адміністрування, все більше почала обслуговувати інтереси „політичних корпорацій”.

Сучасні українські політичні корпорації значною мірою сформували політичний ринок в країні. Дж. Б’юкенен пропонує застосовувати концепцію ринку до аналізу політичних процесів: він виходить з того, що ринок є інститутом обміну, отже люди приходять на ринок, щоб обміняти одну річ на іншу з вигодою для себе [1, с. 22]. Політика – це складна система обміну між індивідами, в якій вони колективно прагнуть досягнути приватних цілей, оскільки не завжди можуть реалізувати свої інтереси за допомогою звичайного ринкового обміну. На ринку люди обмінюють яблука на апельсини, а в політиці – погоджуються сплачувати податки в обмін на необхідні усім і кожному блага: від місцевої пожежної станції до суду [1, с. 23]. Таким чином, завдяки свідомим діям окремих громадян і груп, спрямованим на формування політичної системи і процедур прийняття політичних рішень, які б максимально задовольняли індивідуальні інтереси громадян, створюється політичний ринок.

А. Пшеворський також розглядає політичну систему країни як



політичний ринок. Проте він критикує теорію суспільного вибору, вважаючи, що вона „надто радикалізує властиву демократії невизначеність і не допускає раціональних дій” [7, с. 68]; іншими словами, позбавляє політичного гравця можливості свідомого та відповідального вибору, а „для мотивації участі в демократії актори мають бачити зв’язок між тим, що вони роблять, і тим, що з ними відбувається” [7, с. 68]. Теорія суспільного вибору, на думку вченого, вважає демократію грою в лото: спочатку всі актори вирішують, чи купувати квитки, а потім чекають, коли на екрані з’являться виграшні номери; за таких умов результат гри буде чесним, проте це його єдине виправдання [7, с. 68]. Демократія функціонує інакше, вважає А. Пшеворський, – „в демократичній грі є елемент випадковості, проте він екзогенний: випадкова смерть лідера може радикально змінити ситуацію, проте на цьому роль випадку й закінчується” [7, с. 69]. Йдеться про політичний ринок, на якому різні політичні сили сприймають одна одну як повноцінного конкурента, а демократичність цього ринку визначається способами конкуренції: демократія — це система, за якої партії програють вибори, причому поразка на виборах не вважається ані ганьбою, ані злочином [7, с. 28, 76], і все, чого прагнуть переможені, це спробувати зіграти за тими ж правилами, за якими вони щойно програли. В умовах стабільної демократичної держави для основних політичних сил вигідніше погодитися з одержаними результатами, навіть якщо це поразка, і продовжувати діяти в структурі чинних інститутів, аніж намагатися знищити демократичну державу [7, с. 47].

А. Пшеворський вважає, що процес переходу до демократії чи встановлення демократичних інститутів створює непрості проблеми: щоби перейти до демократії, антиавторитарні сили мають об’єднатися проти авторитаризму, а щоб перемогти в умовах демократії, вони мають конкурувати між собою. Тому боротьба за демократію завжди є боротьбою на два фронти: проти авторитарного режиму і проти союзників за краще становище в умовах майбутньої демократії [7, с. 108]. Один із варіантів вирішення цієї дилеми полягає в укладанні пактів (домовленостей) між лідерами політичних сил щодо: 1) розподілу урядових установ незалежно від результатів виборів (кадрові домовленості); 2) визначення та закріплення основних політичних орієнтацій (згода стосовно майбутнього політичного курсу); 3) виключення або й пригнічення політичних аутсайдерів. Дослідник визнає, що роль пактів може бути неоднозначною, адже, з одного боку, вони знижують ймовірність загострення конфліктів через майбутній політичний курс та кадрові призначення, виключаючи їх зі сфери суперництва [7, с. 133], а з іншого боку, вони небезпечні тим, що можуть призвести до появи своєрідних „картелів” тих, хто зараз при владі, проти суперників. Такі „картелі” обмежують конкуренцію і розподіляють вигоди, пов’язані з політичною діяльністю, серед учасників „картелю”, і тоді демократія перетворюється на приватне підприємство лідерів політичних партій і корпоративних утворень, в олігополію, змову

для усунення сторонніх від політичної боротьби [7, с. 134].

На нашу думку, поява політичних корпорацій в Україні є першим етапом створення повноцінного політичного ринку, що є необхідною передумовою демократії. Політичні корпорації сьогодні усвідомили себе гравцями на політичному ринку, тобто організованими структурами, кожна з яких володіє ресурсами (матеріальними, фінансовими, політичними, інтелектуальними, медійними тощо), достатніми для того, аби впливати на прийняття рішень як на національному, так і на регіональному рівні. Важливо, що сьогодні вже існує конкуренція між різними політичними корпораціями, що є умовою для недопущення олігополії чи змови.

### *Література:*

1. **Бьюкенен, Джеймс М.** Конституция экономической политики // Бьюкенен, Джеймс М. Сочинения. Пер. с англ. Серия „Нобелевские лауреаты по экономике”. Т. 1. / Фонд экономической инициативы; гл. ред. кол.: Нуреев Р. М. и др. / - М.: „Таурус Альфа”, 1997. – С. 17 - 27.

2. **Василенко И.** Административно-государственное управление в странах Запада: США, Великобритания, Франция, Германия: Учеб. пособие для студ. вузов, обуч. по напр. и спец. „Политология”, „Гос. и муниципальное управление”, „Юриспруденция”. — 2. изд., перераб. и доп. — М.: Издательская корпорация „Логос”, 2000. — 200 с. // Інтернет-копія / [http://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Polit/Vasil/index.php](http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Polit/Vasil/index.php)

3. **Вебер М.** Политика как призвание и профессия // Вебер М. Избранные произведения. – М., 1990. — С. 691.

4. **Дем'янчук О. П.** Модель „політичного ринку” в процесах формування державної/публічної політики в Україні // Наукові праці: Науково-методичний журнал. Т. 69. Вип. 56. Політичні науки. Правознавство. — Миколаїв: Вид-во МДГУ ім. Петра Могили, 2007. — С. 40 - 46.

5. **Майклсон Виктор Михайлович.** Методология теории корпоративизма в политической науке: дис. ... канд. полит. наук: 23.00.01. — Москва, 2006 — 196 с.

6. **С. П. Перегудов, Н. Ю. Лапина, И. С. Семененко.** Группы интересов и российское государство / РАН; Институт мировой экономики и международных отношений. — М.: Эдиториал УРСС, 1999. — 350 с.

7. **Пшеворский А.** Демократия и рынок. Политические и экономические реформы в Восточной Европе и Латинской Америке / В. А. Бажанов (ред.), В. А. Бажанов (пер. с англ.). — М.: „Российская политическая энциклопедия” (РОССПЭН), 1999. — 320с.

8. **Тертичка В.** Державна політика: аналіз та здійснення в Україні: - К.: Видавництво Соломії Павличко „Основи”, 2002. – 750 с.

9. Тресторонні консультації. Переклад з англ. / Наукова ред. Костириця В. І. — К.: Міленіум, 2002. —108 с.

10. **Шмиттер Ф.** Неокорпоративизм // Политология: хрестоматия /



Сост. проф. М. А. Василик, доц. М. С. Вершинин. — М.: Гардарики, 2000. — 843 с. Інтернет-копія // [http://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Polit/Hrestom/34.php](http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Polit/Hrestom/34.php)

11. **Kingdon, John W.** Agendas, alternatives, and public policies. - Glenview, Ill.: Scott, Foresman, 1984. — 240 p.

12. Patterns of Corporatist Policy-Making / Ed. by G. Lehmbruch, P. C. Schmitter. London: Sage, 1982.

13. **Wiarda, Howard J.** Corporatism and comparative politics: the other great „ism”. Armonk, NY, 1996. — 193 p.