

**ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՀԱՆՐԱՊԵՏՈՒԹՅԱՆ
ՊԵՏԱԿԱՆ ԿԱՌԱՎԱՐՄԱՆ ԱԿԱԴԵՄԻԱ**

Առկա ուսուցում 1622 թողարկում

Քաղաքական կառավարման և հանրային քաղաքականության ամբիոն

**GR տեխնոլոգիաների հրամայականները Հայաստանի
Հանրապետությունում**

Մ Ա Գ Ի Ս Տ Ր Ո Ս Ա Կ Ա Ն Թ Ե Ջ

«Քաղաքագիտություն» մասնագիտությամբ քաղաքագիտության մագիստրոսի
որակավորման աստիճան հայցելու համար

Կրթական ծրագիր՝ «**Քաղաքական կառավարում և քաղաքական վերլուծություն**»

Մագիստրանտ՝ Վահե Գասպարյան

Ղեկավար՝

Մերի Մարգարյան

քաղ. գիտ. թեկնածու

Ամբիոնի վարիչ՝

Մարիամ Մարգարյան

քաղ. գիտ. դոկտոր, պրոֆեսոր

Երևան 2018

Բովանդակություն

Ներածություն	3
ԳԼՈՒԽ 1 ԼՈՐԲԻՉՄԸ ՈՐՊԵՍ GR ԳՈՐԾՈՒՆԵՈՒԹՅԱՆ ԱՌԱՆՑՔԱՅԻՆ ԳՈՐԾԻՔԱԿԱԶՄ	6
1.1 Լոբբիզմի զարգացման պատմական ակնարկ և միջազգային փորձի դիտարկում	6
1.2 Լոբբիզմի մեթոդների համակցությունը և PR-CPR կոնցեպցիան	23
Գլուխ 2 GR ՏԵԽՆՈԼՈԳԻԱՆԵՐԸ ՈՐՊԵՍ ԱՐԴՅՈՒՆԱՎԵՏ ԿԱՌԱՎԱՐՄԱՆ ՄԻՋՑՈՑ	35
2.1 GR տեխնոլոգիաների դասակարգումը հաղորդակցական մոտեցումների համատեքստում.....	35
2.2 «Government Relations» -ը որպես իշխանության և բիզնեսի համագործակցության ինստիտուցիոնալ ձևաչափ	48
Գլուխ 3 GR-ը ԵՎ ՔԱՂԱՔԱԿԱՆ ԻՇԽԱՆՈՒԹՅԱՆ ԱՐԴԻԱԿԱՆԱՑՄԱՆ ՀՐԱՄԱՅԱԿԱՆՆԵՐԸ ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՀԱՆՐԱՊԵՏՈՒԹՅՈՒՆՈՒՄ	58
3.1 GR-ը տեխնոլոգիաների կիրառումը Հայաստանի Հանրապետությունում որպես քաղաքական որոշումների կայացման նախադրյալ	58
3.2 GR տեխնոլոգիաների նշանակությունը ՀՀ քաղաքական իշխանության արդիականացման գործընթացում	67
3.3 GR-ի և լոբբիզմի էթիկական կոդեքսի առանձնահատկությունները.....	77
Եզրակացություններ և առաջարկություններ	91
Օգտագործված գրականության ցանկ	95

Ներածություն

Թեմայի արդիականությունը. ՀՀ-ում GR տեխնոլոգիաների զարգացումը հնարավորություն կընձեռի բարձրացնել սոցիալ-տնտեսական մակարդակը՝ բերելով լեգիտիմության ճգնաժամի հաղթահարման և սոցիալական երկխոսության: GR տեխնոլոգիաների ճշգրիտ գործածումը կբերի նոր տեխնոլոգիաների զարգացման հիմնախնդիրների նորովի մոտեցմանը: Ուսումնասիրությունները իրականացվում են քաղաքական գիտության արդի զարգացման պահանջների շրջանակներում: Թեմայի շրջանակներում ամբողջական կուսումնասիրվի GR գործունեության մեխանիզմները և կապը պետության հետ, պետություն-բիզնես-հասարակություն կապը՝ տրիպարտիզմի համատեքստում, սոցիալական երկխոսությունը և GR սուբյեկտների փոխհարաբերությունները, կոիտարկվի GR առանձնահատկությունները ՀՀ-ում:

Քաղաքական GR տեխնոլոգիաները Հայաստանի Հանրապետությունում հիմնականում իրականացվում են տարբեր կերպ: Մի կողմից՝ դրանք ընկալվում են որպես պետական ոլորտի առանձնահատուկ կենսագործունեության արտահայտություն, մյուս կողմից՝ այդ իշխանական փոխադարձ կապերը կոնկրետ խնդիրների համակցություն են կազմում, որոնք պահանջում են լուծումներ պետության, պետական կառույցների և մարմինների, ինչպես նաև առանձին քաղաքական սուբյեկտների կողմից:

Ռուսաստանի օլիգարխներից մեկը՝ «Ռուսսկի այլումինի» ընկերության սեփականատեր Օլեգ Դերիպասկան մի առիթով նշել է, որ հաջողված բիզնեսը 40%-ով կազմված է PR-ից, 40%-ով՝ GR-ից, և 20%-ով՝ ճիշտ կառուցված բիզնեսից: Հայաստանում այդ ցուցանիշները մի փոքր այլ են: Այն, ինչ կատարվում է մեր տնտեսական դաշտում վերջին տարիներին, ցույց են տալիս, որ ՀՀ-ում հաջողված բիզնեսն ունի հետևյալ բաղկացուցիչ մասերը՝ 20%-ով կազմված է PR-ից, 70%-ով՝ GR-ից, և ընդամենը 10%-ով՝ ճիշտ կառուցված բիզնեսից: Այս իրավիճակին նպաստում է այն հանգամանքը, որ ՀՀ-ում, ինչպես նաև այլ հետխորհրդային երկրներում դեռևս չկան լրբբիստական գործունեությունը կանոնակարգող, լրբբիստների համար իրավունքներ ու պարտականություններ սահմանող հատուկ օրենսդրական ակտեր: Մեր երկրի իրավական ակտերում գործունեության այս տեսակն ընդհանրապես առկա չէ :

Հաշվի առնելով այս ամենը՝ հստակ ընդգծվում է Հայաստանի Հանրապետությունում GR տեխնոլոգիաների ավելի խորը ուսումնասիրման կարիքը՝ պայմանավորված ժամանակի հրամայականով:

Հետազոտության նպատակը և խնդիրները.

Համագումարելով աշխատանքի ընթացքում առաջ քաշվելիք նպատակները և խնդիրները՝ անհրաժեշտ է նշել, որ ՀՀ-ում GR տեխնոլոգիաների անվտանգ ու բաց տեղեկատվական շուկայի ձևավորման համար անհրաժեշտ է իրականացնել մի շարք միջոցառումներ .

1) ստեղծել համապատասխան իրավական դաշտ, որով կսահմանվեն GR գործունեության սկզբունքներն ու կանոնները, կհամակարգվեն և կերաշխավորվեն Հայաստանում քաղաքական GR տեխնոլոգիաների անվտանգ գործունեության ամբողջականությունն ու օրինականությունը.

2) ստեղծել նպաստավոր գիտանորարարական և տեղեկատվական-հաղորդակցական պայմաններ ու նախադրյալներ, որոնք կնպաստեն ժամանակակից պահանջներին համապատասխան GR համակարգում տեղեկատվական հոսքերի շարժունության ու անվտանգության ապահովմանը.

3) ինստիտուցիոնալացնել «GR մասնագետ» մասնագիտությունը, որպես բիզնեսի և պետական իշխանության հարաբերությունների առաջատար օղակ.

4) իրականացնել լայնամասշտաբ հետազոտություններ և ուսումնասիրություններ GR ծառայությունների հայկական շուկայի կարևորագույն սուբյեկտներին հայտնաբերելու, պահանջարկը որոշելու, շուկայի այդ հատվածի տնտեսական ներուժը և ֆինանսական տարողունակությունը պարզելու և այլ նպատակներով:

Հետազոտության օբյեկտը. մագիստրոսական թեզի հետազոտության օբյեկտը GR զարգացման կառուցակարգերն են՝ քաղաքական դաշտի զարգացման հրամայականների համատեքստում:

Հետազոտության առարկան. Հետազոտության առարկան GR տեխնոլոգիաների զարգացման հրամայականները Հայաստանի հանրապետությունում:

Հետազոտության ընդհանուր մեթոդաբանությունը և գրականության տեսությունը: Մագիստրոսական թեզի թեմայի ուսումնասիրությունն իրականացվելու է

քաղաքական գիտության զարգացման արդի պահանջներին համաձայն, ուստի հիմք են ծառայելու պատմական, գիտական, օբյեկտիվության և հավաստիության սկզբունքները: Աշխատանքը կատարելիս կիրառվելու է նկարագրման մեթոդը: Կիրառվելու են նաև ինդուկտիվ և դեդուկտիվ մեթոդներ, համակարգվելու են թեմայի վերաբերյալ հրատարակությունները և՛ գլոբալ, և՛ տարածաշրջանային մակարդակներում իրականացվելու են վերլուծություններ և կանխատեսումներ: Օգտագործված մեթոդների համադրման միջոցով ներկայացվելու են եզրակացություններ և կատարվելու են առաջարկություններ:

Հետազոտության իրականացման նկատառումներով դիտարկվելու են ոլորտի մասնագետների աշխատություններ և փորձագիտական վերլուծությունները:

Աշխատանքը բաղկացած է երեք գլուխներից, ենթագլուխներից, եզրակացությունից, գրականության ցանկից և հավելվածներից:

ԳԼՈՒԽ 1 ԼՈՐՔԻԶՄԸ ՈՐՊԵՍ GR ԳՈՐԾՈՒՆԵՈՒԹՅԱՆ ԱՌԱՆՑՔԱՅԻՆ ԳՈՐԾԻՔԱԿԱԶՄ

1.1 Լորքիզմի զարգացման պատմական ակնարկ և միջազգային փորձի դիտարկում

«Լորքի», «լորքիզմ» -անգլլիզգու ծագման տերմին է: Դեռևս XIX դարում «լորքիստ» անվանում էին պետական հաստատություններ եկող խնդրատուներին: Այն ժամանակ համարվում էր, որ այդպիսի մարդկանց չի կարելի թույլ տալ նիստերի դահլիճ մտնելու, որտեղ օրենքներ են ընդունվում: Հատկապես այն պատճառով, որ խնդրատուները կամ հայցողները չէին կարողանում ընդունարանից առաջ գնալ, նրանց սկսեցին անվանել «լորքիստներ» (անգլերեն lobby-կուլուարներ) բառից:

Արտասահմանյան բառարաններում «լորքի», «լորքիզմ»-ը դա ԱՄՆ օրենսդրական մարմիններին կից խոշոր մենաշնորհների գործակալությունների և գրասենյակների համակարգ է, որը այդ մենաշնորհների շահերից դուրս գալով ներազդում են օրենսդիրների և պետական պաշտոնյաների վրա այս կամ այն օրենքի ընդունման օգտին, կառավարական պատվերների տեղաբաշխման վրա և այլն; «լորքի» են անվանվում նաև այդ գրասենյակների և գործակալությունների գործակալները (լորքիստները): Արտասահմանում «լորքիզմը» օրենքներով կարգավորվող մասնագիտություն է: Դրանք իշխանության մարմիններից կից խոշոր մենաշնորհների գրասենյակների և գործակալությունների ամբողջ համակարգեր են: Նրանց աշխատանքն է՝ օրենսդրական բնագավառում մասնավոր ընկերությունների շահերի պաշտպանությունը: Առավել ևս, շատ երկրներում օրենսդրության վերահսկողության տակ են գտնվում նույնիսկ լորքիստների ֆինանսական խնդիրները: Հատկապես, այդ պատճառով, օրինակ Մեծ Բրիտանիայում լորքիստական միավորումների տարեկան շրջանառությունը գերազանցում է 500մլն ֆունտ ստերլինգը: Իսկ խոշորագույն լորքիների հաճախորդների թվում են Chaim Communications խոշորագույն թերթերի և արդյունաբերական մագնատները:

Եվրոմիության երկրներում միայն պաշտոնապես գրանցված են ավելի քան 10000 լրբիստներ:

Լոբբիստների աշխատանքը հաճախ տարվում է թույլատրելի սահմաններում: Այստեղից էլ ենթադրությունը՝ «ընդհուպ մինչև կաշառքը»¹: Սրա հետ մեկտեղ կա նաև «լոբբի», «լոբբիզմ» հասկացությունների այլ մեկնաբանություն: «Լոբբիզմը Ռուսաստանում» «մեծ ճանապարհի փուլերը» աշխատություններում տվյալ տերմինները հասկացվում են, որպես քաղաքացիների (միությունների և միավորումների) խմբերի շահերի իրականացման պրակտիկա և համակարգ՝ պետական մարմինների օրենսդրական և վարչական գործունեության վրա կազմակերպված ազդեցության միջոցով: Չնայած էական տարբերություններին՝ բերված սահմաններում առկա են մի քանի ընդհանուր պահեր: Առաջինը, ներազդման սուբյեկտների և օբյեկտների առկայությունը: Որպես ներգործության օբյեկտներ հանդես են գալիս իշխանության օրենսդրական և գործադիր մարմինները: ²

Երկրորդը, լոբբիստական գործունեությունը տարվում է որոշակի շահերի մեջ:

Երրորդը, լոբբիստները միջնորդական աշխատանք են կատարում քաղաքացիների, կազմակերպությունների և պետական մարմինների միջև (իշխանության օրենսդիր և գործադիր մարմինների):

Չորրորդը, լոբբիզմը քաղաքացիների խմբին հնարավորություն է տալիս անուղղակիորեն մասնակցել քաղաքական և իրավական որոշումների ընդունման և իրականացման մեջ, և դա շատ կարևոր է, քանի որ այս խմբերի մեծամասնության մոտ կարող է իրենց ներկայացուցիչները չլինեն խորհրդարանում կամ կառավարական մարմիններում:

Քաղաքացիների խմբի և իշխանության համագործակցության մեխանիզմը նշանակալիորեն գաղտնի է, քառսային և ենթակա է կոռուպցիայի վտանգի: Իշխանության մարմինների հետ համագործակցության մեջ էական առավելություններով են օժտված առավել կազմակերպված և ուժեղ կազմակերպությունները (միավորումները), որոնք կապեր ունեն դաշնային ղեկավարության և ֆինանսական ռեսուրսների մեջ: Այդ մասին են վկայում խոշոր

¹ Словарь иностранных слов // М., 1984. С. 608, Краткий политический словарь // М., 1983. С. 205.

² Лоббизм в России: этапы большого пути // М., 1995, С. 5.

միջազգային սկանդալները, ինչպես, օրինակ, «Ուոթերգեյթը», «Իրանգեյթը», «Լոկհիդ» գործը, որոնց մեջ ընդգրկված են եղել որոշակի լրբբիստական կազմակերպություններ և պաշտոնատար անձինք: Ռուսաստանի Դաշնությունում օրենսդրական պրոցեսի լրբբիզմի ինստիտուտը զարգացման մեջ է գտնվում: Վերջին ժամանակներում լրբբիզմին ավելի մեծ ուշադրություն սկսեցին դարձնել նաև Ռուսաստանի Դաշնությունում: Սրա մասին են վկայում զանգվածային լրատվական միջոցների հրապարակումները, հասարակական-քաղաքական և գիտական պարբերականների հրապարակումները: Մի քանի խոշոր միջոցառումներ են անցկացվել, որոնց մեջ կարելի է առանձնացնել «Լոբբիզմը՝ որպես քաղաքականության վրա ազդող միջոց» միջազգային կոնֆերանսը, որը տեղի ունեցավ 1993թ. մայիսին Մոսկվայում: 1995թ. հունվարի 17-ին պառլամենտարիզմի զարգացման ռուսական ֆոնդում տեղի ունեցավ «Կլոր սեղան», որը նվիրված էր «Պետական իշխանության դաշնային մարմիններում լրբբիստական գործունեության կարգավորման մասին» դաշնային օրենքի նախագծի քննարկմանը: օրենքի նախագիծը Պետական Դումա բերվեց Վ. Ա. Լեպեխինի կողմից:

1995թ. ևս մի շարք կարևոր միջոցառումներ տեղի ունեցան, որոնք նվիրված էին լրբբիստական գործունեությանը: Դրանց թվին են պատկանում Ռուսաստանի Դաշնության Առևտրա-արդյունաբերական պալատի կողմից կազմակերպված «Կլոր սեղանները»: Մեծ ուշադրություն գրավեց «Լոբբիզմը Ռուսաստանում. օրենսդրական կարգավորման խնդիրները» կոնֆերանսը՝ կազմակերպված Պետական Դումայի և Ռուսաստանի պառլամենտարիզմի զարգացման ֆոնդի կողմից:

2000թ. մոսկովյան «Էքսպոկենտրոնում» տեղի ունեցավ «Լոբբիզմը Ռուսաստանում. տեսության և պրակտիկայի 10 տարին», որը կազմակերպել էր «Ռուսական լրբբիստների ասոցիացիան»: Նրանում մասնակցում էին երևելի քաղաքագետներ, քաղաքական գործիչներ, տնտեսագետներ:

Լոբբիստական գործունեության հիմնական սուբյեկտները

Լոբբիստական գործունեության սուբյեկտներ են հանդիսանում ֆիզիկական և իրավաբանական անձինք: ԱՄՆ ում դրանք ֆիզիկական և իրավաբանական անձինք են, Գերմանիայում՝ միայն իրավաբանական անձինք, Ռուսաստանում (համաձայն դեռևս չընդունված օրենքի)՝ միայն ֆիզիկական անձինք, ովքեր գործում են «կոնկրետ պատվիրատուի անունից և նրանց շահերի համար»:

Իրականում, կարելի է հավաստել, որ ռուսական քաղաքական «խտերի շնչում» արդեն ի հայտ են եկել տարբեր կազմակերպություններ, կուսակցություններ, քաղաքացիների խմբեր (միավորումներ) կամ առանձին քաղաքացիներ, ինչպես նաև պաշտոնատար անձինք, պաշտոնյաներ, ովքեր ազդեցություն ունեն դաշնային պետական իշխանության օրենսդիր (ներկայացուցչական) և գործադիր մարմինների վրա իրենց պլանի շահավետության մեջ՝ ներառյալ Նախագահը և Ռուսաստանի Դաշնության Կառավարության Նախագահը և նրանց մերձավոր շրջապատը: Նկատելի է լոբբիստական գործունեության ակտիվացում արտասահմանյան ֆիրմաների, ընկերությունների և քաղաքացիների կողմից, ովքեր ձգտում են լուծել իրենց խնդիրները ցանկացած ճանապարհով տարբեր պաշտոնատար անձանց վրա դուրս գալու հաշվին:

Պառլամենտում և իշխանության գործադիր մարմիններում լոբբիստական գործունեության ակտիվորեն զբաղվում է ռուսական էլիտան, որը պայմանականորեն կարելի է բաժանել երկու խմբի. պետական էկոնոմիկայի վրա ձևավորված և մասնավոր հատվածի բազայի վրա ձևավորված:

Առաջին խմբին են պատկանում գազային համալիրի ներկայացուցիչները և կազմակերպությունները; աէրոտիեզերական էլիտայի, էներգետիկ համալիրի, անտառային համալիրի, նավթային համալիրի, ածխային արդյունաբերության, գյուղատնտեսության ներկայացուցիչները և կազմակերպությունները:

Դեռևս խորհրդային ժամանակներում կոլեկտիվ և միասնական տնտեսությունների տնօրենները ստացել էին հրաշալի քաղաքական ուսուցում՝ մասնակցելով ԽՄԿԿ պլենումներին և համագումարներին, չխոսելով արդեն ԽՍՀՄ և ՌԽՖՍՀ Գերագույն Խորհրդի նիստերին, այսինքն՝ հանրապետական և միութենական պառլամենտների նիստերին: Արդյունքում, այսօր անցյալում լավ նախապատրաստված ագրարային լոբբին, չնայած նրա համեմատական փոքրաթիվությանը, համարվում է հազիվ թե ոչ ամենաարդյունավետը Պետական Դումայում:

Որպես գյուղատնտեսության նախկին և այժմյան հաջողությունների դիմաց փոխհատուցում՝ կառավարության մեջ մշտապես երկու դիրքեր են գրավում՝ փոխվարչապետը, ով զբաղվում է գյուղատնտեսության ճյուղի հարցերով, և գյուղատնտեսության նախարարը:

Մամուլը բարձր է գնահատում նավթի լոբբիստների արվեստը: Ընդհանրապես նրանք չափազանց երիտասարդ են, առաջին ուղղաձիգ-ամբողջացված նավթային ընկերությունները ի հայտ եկան միայն 1994թ.: Այդ ժամանակ ի հայտ եկան «ЛУКОЙЛ», «ЮКОС», «Սուրոգատնավթագ» ընկերությունների կադրային լոբբիստները և հասարակության հետ կապերի գծով մասնագետները: ЮКОС-ում պետական մարմինների հետ աշխատանքի հիմնական խնամակալն է ընկերության կառավարման նախագահի տեղակալ Վասիլի Շախնովսկին: Նախկինում այս աշխատանքը գլխավորում էր ՌԻՏՅՍՀ ԱԱԾ նախկին նախագահ Վիկտոր Իվանենկոն: ЛУКОЙЛ-ում Ռուսաստանի առաջատար նավթային ընկերությունը հսկում է փոխվարչապետ Լեոնիդ Ֆեդունը:

Երկրորդ խմբին են պատկանում բանկային էլիտայի ներկայացուցիչները և կազմակերպությունները; զանազան բիզնես-կազմակերպություններ՝ «Ռուսաստանի բիզնեսի կլոր սեղանը»; «Արդյունաբերողների և ձեռնարկատերերի միությունը» և այլն: Օրինակ, 2002թ. ի հայտ եկավ մեքենաշինարարների ռուսական միությունը՝ ոչ առևտրային և ոչ քաղաքական կազմակերպությունը, որը ստեղծվել է բարձր տեխնոլոգիական բիզնեսի շահերի պաշտպանության համար: Հիմնադիրների թվում են ռուսական մեքենաշինության 11 ամբողջական կառուցվածքներ, որոնք գործում են տարբեր ենթաճյուղերում: Ընկերություններից հինգը պաշտպանական-արդյունաբերական ակտիվների էական բաժնեմասով դիվերսիֆիկացված հոլդինգներ են: Նրանց թվին են պատկանում «Միավորված մեքենաշինական գործարանները», «Նոր ծրագրեր և ըմբռնումներ» հոլդինգային ընկերությունը, «Կասկոլ», «ИСТ» և «Տեխնոկոմպլեքս» ընկերությունները: Ռուսական մեքենաշինարարների միությունը գլխավորում էր ԽՍՀՄ Մինիստրների Խորհրդի նախկին նախագահ Իվան Սիլանը: Համաձայնեցնող Խորհրդի նախագահ և առաջին փոխվարչապետ դարձավ Կախա Բենդուկիձեն: Այդ նույն տարում ստեղծվեց ավիաարդյունաբերողների Միջազգային միությունը: Թվարկված սուբյեկտները նույնպես կարելի է դասակարգել ըստ հիմնական գործունեության բնագավառի հիմնադրման: Իրական լոբբիստների մեջ կարելի է առանձնացնել հետևյալ խմբերը. քաղաքական, սոցիալական, տնտեսական, տարածաշրջանային, արտասահմանյան:

1. Քաղաքական լրբիստները -դրանք նախ և առաջ ֆինանսա-տնտեսական և սոցիալական խմբեր են, որոնք անհրաժեշտ ազդեցության են հասնում քաղաքական պայքարի և նախընտրական արշավների մեջ մասնակցության միջոցով: Այսպես, Ռուսաստանում ագրարային լրբիի խոշորագույն ներկայացուցիչ է հանդիսանում, ինչպես ասացինք, Ագրարային կուսակցությունը, որը հանդես է գալիս գյուղատնտեսական աշխատանքների վարկավորման հատուկ ձևերի սահմանման օգտին, գյուղատնտեսության պետական սուբսիդիաների վրա տեղական ադմինիստրացիային վերահսկողության իրավունք վերապահելու օգտին, ագրարային արտադրանքի վրա «մկրատ» գների վերացման օգտին:

Արևմտյան Եվրոպայում լրբիզմի այս սուբյեկտի ցայտուն օրինակ է հանդիսանում «Առաջ Իտալիա» շարժումը Բեռլուսկոնիի հետ, որը ներկայացնում է խոշոր ֆինանսա-արդյունաբերական խմբերի շահերը:

2. Սոցիալական լրբիստներին առաջին հերթին պատկանում են արհմիությունները: Նրանց լրբիստական պոտենցիալը ուղիղ համեմատական է այն ճյուղի տնտեսական նշանակությանը, որը իրենք ներկայացնում են: Օրինակ, հանքավորները, նավթագործները, ավիադիսպետները սոցիալական բնագավառի, գիտության, կրթության աշխատողների համեմատությամբ իրենց շահերը լրբիացնելու առավել մեծ հնարավորությամբ են օժտված: Արհմիությունների ազդեցությունը կարող է խիստ մեծանալ գործադուլային պոտենցիալի հաշվին: Սոցիալական լրբիստներին են պատկանում նաև անասնաբուժական, կանանց, երիտասարդական, էկոլոգիական կազմակերպությունները: Ռուսաստանում նրանց պոտենցիալը սահմանափակ է և մասամբ կախված է լիդերի անձնական հեղինակությունից: Սակայն զարգացած երկրներում, որտեղ այդպիսի խմբերը հիմնված են կամավոր կազմակերպությունների ճյուղավորված ցանցի վրա, նրանք նշանակալի լրբիստական հնարավորություններ ունեն:

3. Տնտեսական լրբիստներ համար պետական որոշումների ընդունման գործընթացի վրա ճնշման առավել իրական լծակներ են հանդիսանում տնտեսական միջոցները: Այս դասին են պատկանում ֆինանսաարդյունաբերական խմբերը, կորպորացիաները և ճյուղային ընկերությունները, որոնք ունեն ներմուծման-արտահանման կառուցվածք, և բացարձակ մենաշնորհային դիրք ունեն արտադրանքի

մատակարարման իրենց հատվածում, ունեն իրենց սեփական ֆինանսական-բանկային կառուցվածքը, զանգվածային լրատվամիջոցները, ներկայացուցիչներ ունեն իշխանության վերին գործադրի էշելոններում, պառլամենտում կամ քաղաքական շարժումների մեջ: Ռուսաստանի Դաշնությունում այդպիսի սուբյեկտի քրեստոմատիական օրինակ է հանդիսանում «Գազպրոմ» կոնցեռնը, որը սերտ կապեր ունի Վ. Ս. Չերնոմիրդինի հետ, ընդարձակ առևտրային կապեր ունի Արևմուտքի հետ, ունի իր բանկերը (այդ թվում «Իմպերիալը»), «իր» պատգամավորներին՝ Պետական Դումայում:

4. Մարզային լոբբիստները ձգտում են ստանալ որոշակի արտոնություններ և առավելություններ իրենց տարածաշրջանների համար: Այս առումով ամենաակտիվները մոսկովյան լոբբիի ներկայացուցիչներն են: Ռուսաստանի մի մարզի շահերի լոբբիզմը ի հաշիվ մնացած մարզերի շահերի, ինչպես նաև ամբողջ երկրի շահերի, անխուսափելիորեն բերում է բացասական հետևանքների:

5. Արտասահմանյան լոբբիստները դրանք արտասահմանյան ազդեցիկ «ճնշման խմբեր» են, ազգային համայնքներ: Օրինակ, ԱՄՆ-ում երկրի քաղաքական կառուցվածքների մեջ մեծ կշիռ ունեն հրեական, լեհական, արաբական լոբբիները: Նրանք բոլորը ձգտում են ներազդել իրենց երկրի և դիասպորայի շահերը արտահայտող որոշումների ընդունման վրա: Թվարկված սուբյեկտները կարող են փոխկապակցված լինել: Կապված լոբբիստական խմբերի միջև հստակ սահմանափակումների բացակայության հետ, նրանց բաժանումը խիստ պայմանական է:

Հանդիպում են լոբբիզմի առարկայի տարբեր դասակարգումներ: Դրանցից մեկի համաձայն կան երեք հիմնական առարկաներ, որոնք լոբբիացվում են իշխանության մարմինների մեջ. ռուսերը (երբ գործողություններ են ձեռնարկվում խնդրահարույց իրավիճակի լուծման համար, օրինակ, բիզնեսի մեջ արգելքի վերացումը և այլն), դիրքը (որոշ գործողություններ են ձեռնարկվում որոշակի կարգավիճակ ստանալու համար, մենաշնորհային դիրք գրավելու համար և այլն):

Այսպիսով, այս երեք առարկաների ցուցակի մեջ են ընկնում սուբյեկտների բոլոր լոբբիացվող շահերը: Նրանց կարելի է դասել. առանձնահատուկ ճյուղերի համար հարկային արտոնությունների ընդունումը, սեփական ծրագրերի արտոնյալ

Ֆինանսավորման նպատակով բյուջեի մեջ փոփոխությունների կատարումը (օրինակ, Մոսկվայից Սանկտ-Պետերբուրգ գերարագ մագիստրալի կառուցումը), սեփականաշնորհման և բաժնետիրության արտոնյալ պայմանները; հովանավորչական մաքսային հարկման ներդրում, Կառավարության և Պառլամենտի մեջ իր ներկայացուցիչների ինքնահամալրում՝ կոոպտացիա, աշխատանք ՋԼՄ-ների հետ և այլն: Այսպիսով, ցանկացած առարկա, որն ընկած է լրբիզմի սուբյեկտների շահերի ոլորտում, կարող է դառնալ լրբիզմի առարկա:

Լրբիստական գործունեության օբյեկտները

Նրանց են վերաբերվում **օրենսդրական գործադիր և դատական իշխանության մարմինները**: Պետական իշխանության մարմինների վրա լրբիստների ազդեցության աստիճանը կախված է երկրում ձևավորված իրավական նորմերից և քաղաքական պրակտիկայից: Հեղինակավոր պետություններում պառլամենտի բացակայության դեպքում կամ նրա կողմից խիստ մեծ չափով նոմինալ ֆունկցիաների կատարման դեպքում լրբիստների ջանքերը ուղղվում են կառավարության կամ պետության ղեկավարի հետ համագործակցելուն, այսինքն՝ փաստացիորեն օրինաստեղծ իշխանության հետ: Այն երկրներում, որտեղ օրինաստեղծման բնագավառում գործադիր իշխանության լիազորությունները սահմանափակ են, լրբիզմը տարվում է, որպես կանոն, պառլամենտական մակարդակի վրա:

Ռուսաստանում Պետդումայի կողմից մշակված «Իշխանության դաշնային մարմիններում լրբիստական գործունեության կարգավորման մասին» օրենքի նախագծում լրբիզմի օրենքներին են դասվում ինչպես օրենսդրական մարմինները, այնպես էլ գործադիր իշխանության մարմինները:

Ինչ վերաբերվում է դատական իշխանության բնագավառին, այստեղ տեղին է խոսել լրբիստական գործունեության այնպիսի ձևի մասին, ինչպես ՋԼՄ-ներում քարոզչական արշավների կազմակերպումը, քանի որ կապված դատարանների անկախության հետ, այստեղ խոսք կարող է լինել միայն անուղղակի լրբիզմի մասին: Սակայն չի կարելի հաշվի չառնել ՋԼՄ-ների հզոր ազդեցությունը մարդկանց գիտակցության և վարքի վրա:³

Լրբիստական գործունեության տեսակները

³ Малько А.В. Лоббизм II Общественные науки и современность. 1995. № 4. С. 60.

Լորբիստական գործունեության տեսակները տարբերվում են՝ կախված.

1) լրբիզմի օբյեկտից (օրենսդրական, գործադիր և դատական լրբիզմ);

2) լրբիզմի սուբյեկտից (քաղաքական, տնտեսական, սոցիալական, մարզային, արտերկրային լրբիզմ);

3) լրբիզմի օբյեկտի և սուբյեկտի փոխհարաբերություններից (պլուրալիստական և կորպորատիվ լրբիզմ);

4) նպատակներին հասնելու մեխանիզմից (իրավաստեղծող, որը իրականացվում է իշխանության օրենսդիր մարմիններում նորմատիվային ակտերի միջոցով, և իրավահամապատասխան, որը ձեռք է բերվում իրավունքի կիրառման ակտերի միջոցով, լրբիզմ); ուղղակի -ազդեցություն ճնշման օբյեկտի վրա անձնական հանդիպման միջոցով կամ նրա հարազատների միջոցով, ընկերների միջոցով և այլն, և անուղղակի -կողմնակի ազդեցություն ճնշման օբյեկտի վրա, որը ձևավորում է նրա պատկերացումը հարցի վերաբերյալ:

5) գործողության ժամանակից (երկարաժամկետ, այսինքն՝ աստիճանական և կարճաժամկետ՝ ուղղված լրբիզմի մեկ կամ մի քանի լուծումներին):

Լորբիզմի միջազգային փորձը

Արտասահմանյան լրբիզմը բավականին ավանդական երևույթ է: Բոլոր պետությունները ջանացել են և ջանում են ձևավորել արտասահմանում ազդեցության ոչ դիվանագիտական կենտրոններ, որոնք կօգնեն անցկացնել անհրաժեշտ քաղաքականությունը, չնայած արտասահմանյան լրբիզմի լեզավ ձևը, երբ որոշակի ազդեցիկ անձինք բացահայտ կերպով աշխատում են արտասահմանյան պետությունների հետ, ի հայտ է եկել համեմատաբար ոչ վաղուց: Հետաքրքիր է, որ ամենավաղ դեպքը համարվում է XIX դարում Ռուսաստանի կառավարության կողմից 30 հազար դոլար գումարով ամերիկյան էքս-սենատորին կաշառելը՝ Ամերիկյան կառավարության կողմից Ալյասկայի գնումը լրբիացնելու համար, ինչը և հաջողությամբ կատարվեց նրա կողմից:⁴

Երկար ժամանակ արտասահմանյան լրբիզմի տակ ԱՄՆ-ում հասկացվում էր ամենից առաջ որոշակի արտաքին քաղաքական շահերի լրբիզմը, և հատկապես այդ իմաստն էր դրված 1938թ. օրենքի մեջ՝ արտասահմանյան գործակալների գրանցման

⁴ Hrebenar R.J. Interest Group Politics in America. N.Y., 1997, P.273.

մասին (ՓԱՔԱ), որը պարտավորեցնում էր նրանց գրանցվել և հաշվետու լինել իրենց գործունեության վերաբերյալ: Առավել ուժեղ արտասահմանյան լրբբին, որը հաջողությամբ իրականացրել է տվյալ հնարավորությունները, համարվում է 60-70-ական թթ. իսրայելական և թայվանյան լրբբին: Որոշակի տեսանկյուններով իսրայելական լրբբին չի կորցրել ունեցած ազդեցությունը նաև այսօր, հիմնականում շնորհիվ իր գործունեության մեջ ամերիկյան հրեաների լայն ընդգրկման, որը հզոր էլեկտորալ ուժ է կազմում:

90-ական թվականներին իրադրությունը փոխվեց: Արտասահմանյան արտաքին քաղաքական լրբբիզմը, ընդհանրապես, քաղաքական լրբբիզմը համեմատաբար սեղմվում է տնտեսական լրբբիզմի կողմից, պետականը՝ մասնավորի կողմից: Ամենից առաջ խոսքը գնում է արտասահմանյան գիտատեխնիկական ընկերությունների տնտեսական շահերի լրբբի վերաբերյալ: Բացի դրանից, արտասահմանյան լրբբիզմի մեջ տեղի է ունեցել ևս մեկ լուրջ փոփոխություն: Վերջին քառորդ դարի ընթացքում համաշխարհային տնտեսությունը գլոբալացվել է և ներքին արտադրողների շահերը սերտորեն միահյուսվում են տվյալ շուկայի վրա հիմնված արտաքին արտադրողների շահերի հետ: Արտասահմանյան լրբբիզմը ավելի լայնորեն և ակտիվորեն է ներթափանցում ներքին լրբբիզմի մեջ, դառնում է նրա օրգանական մասը (համապատասխանաբար ներքին լրբբիզմն է ներառում արտասահմանյանի մեջ), և ծայրահեղ խնդիր է դառնում նրանց խիստ սահմանազատում կատարելը: Ամերիկյան ընկերությունները պետք է հաշվի նստեն տեխնոլոգիաների իրենց ճապոնացի ներդրողների շահերի հետ, ինչպես նաև աշխատուժի և մատակարարման չինական շուկաների պահանջարկի հետ, որոնց հետ նրանք կապված են: Եվ ընդհակառակը, ամերիկացիների ճապոնացի և չինացի գործընկերները պետք է հաշվի առնեն նրանց շահերը: Հատկապես այդ պատճառով բացահայտ լրբբիստական գործունեության վերաբերյալ 1995թ. նոր օրենքի մեջ դրույթ է մտցրած այն մասին, որ առևտային շահեր ներկայացնող բոլոր արտասահմանյան լրբբիստները ամերիկյան կոլեգաների հետ գրանցվում են հավասարապես: Իսկ ՓԱՔԱ-ի ազդեցության տակ ընկնող արտասահմանյան գործակալների հետ հաշվի են նստում միայն ամբողջությամբ արտասահմանյան պետության ազդեցության գործակալները (դեսպանատների աշխատողները, միջպետական կազմակերպությունների աշխատողները և այլն):

Արտասահմանյան լրբբի ուղիղ ներթափանցումը ամերիկյան էկոնոմիկայի մեջ անխզելիորեն կապված է նրանում ասիական կապիտալը ներկայացնող ճնշման խմբերի ուժեղացման հետ, նույնիսկ կարելի է ասել, փաստացիորեն պայմանավորված է նրանով: Ասիական տնտեսական լրբբի դերի աճը նկատվում է նրանում, որ վերջին տասնամյակներին ասիական երկրների հետ ԱՄՆ-ի առևտրային հաշվեկշռի բացասական սալդոն անշեղորեն մեծանում է: Այժմ ԱՄՆ-ում արտասահմանյան տնտեսական լրբբի ընդլայնում է հետևյալ հիմնական գծերով. 70-ական թվականներից պահպանված ճապոնական կորպորատիվ լրբբի ազդեցությամբ և ճնշման չինական խմբերի դիրքերի պարզեցմամբ, որոնք իրենց ուժով արդեն համադրելի են ճապոնականի հետ:

Լրբբիզն ալետական համակարգի ներսում (Ռուսաստան)

Այս կամ այն որոշումների հիմնական լրբբիստը այսօր հանդիսանում է պետությունը: Առաջին հերթին լրբբիզնով զբաղվում են մարզերի ղեկավարները, և դա լիովին բացատրելի է նույնիսկ մեթոդիկայի սուբյեկտիվիզմի վրայից: Մազերը հանդիսանում են նույն բիզնես-կորպորացիաները, բավական է հիշել Կիրսան Իյումժինովին, ով չէր քաշվում անվանելու իր հանրապետությունը «Կալմիկիա կորպորացիա»: 25 մարզային լրբբիստների վարկանիշի մեջ նա զբաղեցնում է 24-րդ տեղը՝ առաջ անցնելով տյումենյան նահանգապետ Սերգեյ Սոբյանինից: Աղքատ հանրապետությունը շնորհիվ իր նոր հաղթած առաջնորդի, սկսեց ավելի վստահ երևալ, քան խոշորագույն հումքային դոնոր մարզը: Անձնական գործոնը խիստ կարևոր դեր է խաղում լրբբիզմի գործընթացի մեջ: Սոբյանինը նույնպես ոչ պակաս հիշվող դաշնային մակարդակի քաղաքական գործիչ է: Հատկապես ամենաշատը նահանգապետերն ունեն դաշնային ռեսուրսներ ստանալու մշտական և օրինական իրավունք: Նրանց բարձր լրբբիստական կարգավիճակի երկրորդ պատճառը իրենց տարածաշրջանում զետեղված էկոնոմիկան ինքնուրույն ղեկավարելու իրավունքը օգտագործելու ձգտման մեջ է կայանում: Հսկայական դեր է խաղում գերատեսչական լրբբիզմը. նախագահի ադմինիստրացիայի աշխատակիցները, փոխվարչապետերը, դաշնային էներգետիկ հանձնաժողովի ղեկավարությունը և այլն: Շատ նախարարություններ ունեն իրենց լրբբիստական խմբերը: «Նախարարությունը վերցնում է 20-30 մարդ և օգնում է նրանց անցնելու Դոմա: Այնուհետև նրանք չորս տարի ետ են բերում այդ ծախսերը:

Նախարարություններում այդ գործի տակ ձևավորվում են հատուկ կառուցվածքներ, ուր և տեղափոխվում են փողերը: Պաշտոնապես այս կառուցվածքները զբաղվում են, օրինակ, ճյուղի ձեռնարկությունների բուկլետների թողարկումով:⁵ Մեկ այլ օրինակ. Մինատոմի լրբբիստական արշավանքը (որը փորձում է կազմակերպել միջուկային թափոնների թաղումը) և հակալրբբիստական արշավանքը, որը ծավալվում էր ՁԼՄ-ներում: Շատ հաճախ տարբեր գերատեսչությունների սուբյեկտները հակաուղղված են միմյանց:

Օրենսդիր լրբբիստները. Դաշնային Խորհրդի անդամներն են և Պետդումայի պատգամավորները: Խոսքը գնում է պատգամավորական լրբբիզմի մասին, որպես մշտական, այլ ոչ թե մեկանգամյա աշխատանքի: Հետևաբար, զարմանալի չէ, որ պատգամավոր-լրբբիստների մեջ միայն բիզնեսի ներկայացուցիչներ են, Դաշնային Խորհրդի անդամներից իրենց վրա ուշադրություն են հրավիրում Պուգաչևը (Մեծպրոմբանկ) և Նևզինը (ЮКОС): Դումայում՝ Գեներալովը, Ռեմչուկովը, Շոխինը: Կուլիկը նույնպես իրենց ներկայացնում է խոշոր ագրարային բուրժուազիայի շահերը, Պրիմակովը գլխավորում է ՏՊՊ-ն՝ բիզնես-շահերի լրբբիզմի մշտական օրգանը: Վոլսկին և Թոսունյանը գլխավորում են РСՈՒ-ն և ռուսական բանկերի ասոցիացիան, իսկ դրանք ըստ էության, պետությանը մերձավոր կառուցվածքներ են: Օրենք ընդունելու ժամանակ ինչ-որ մեկի շահերը լրբբիացնող պատգամավորների խումբը քվորում ապահովելու համար հարկադրված է իր կողմը գրավելու ուրիշ միագումարման Դումայի, համարվում է «խմբային»՝ խոշոր լրբբիզմով զբաղվում են արդեն ոչ թե առանձին պատգամավորներ, այլ ֆրակցիաներ, որոնցից յուրաքանչյուրը ունի իր պատվիրատուն: Այսպես, СПС լրբբիացնում է «Ալֆա-գրուպը», ՌԱՕ-ԵԷՍ-ը, «Նորիլսկի նիկելը», «Վիմպելկոմը»: «Ժողովրդական պատգամավոր» խումբը սատարում է ուրալյան և հեռավորարևելյան մետաղագործներին և ածխագործներին: Սակայն ոչ միշտ է, որ ֆրակցիաների պատվիրատուները ընկերություններն են: Հաճախ պատգամավորական նախաձեռնության պատվիրատուները նախարարությունները և գերատեսչություններն են: Օրինակ, արժեթղթերի շուկայի Դաշնային հանձնաժողովին են վերագրում ակտիվ շփումները դումայական կոմունիստների հետ: Ընդ որում, կոռեկտ չէ պատգամավորներին լրբբիստ անվանելը: РСՈՒ փոխնախագահ Իգոր

⁵ Семаго Владимир "За импичмент платили по пятерке!"// "Новая газета", 17.07.00 г.

Յուրգենսի կարծիքով, ասել «պատգամավոր-լոբբիստ», նույնն է, ինչ ասել «կաշառակեր,-կոռուպցիոներ»: Պատգամավորների աշխատանքը կայանում է նրանում, որպեսզի աշխատել օրենքների հետ: Այս գործի մեջ նրանց կանխակալության մասին խոսք չի կարող լինել, համարում է պարոն Յուրգենսը: Այլ կարծիքի է ապահովագրողների Համառուսական միության պրեզիդենտ, պատգամավոր Ալեքսանդր Կովալը. «Այսպես, թե այնպես ցանկացած պատգամավոր լոբբիստ է: Մեկը լոբբիացնում է թոշակների բարձրացումը, մյուսը լոբբիացնում է ռազմական ծախսերը»:⁶

Ինչպես հայտնի է, Դաշնային ժողովի ստորին պալատից օրենքները անցնում են դաշնության Խորհուրդ: Համարվում է, որ այժմյան դաշնության Խորհրդում պաշտոնները զբաղեցնում են այն մարդիկ, ովքեր ներկայացնում են խոշոր բիզնեսի շահերը: Եթե Դումայի պատգամավորները կառավարության հետ գործարք կնքելով կարող են ղեկավարվել «ծառայություն՝ ծառայության դիմաց» սկզբունքով, ապա դաշնային Խորհրդում լոբբիզմը ունի մաքուր առևտրային հիմք: Չնայած այստեղ ևս պարզունակ «ծրարի» սկզբունքը գործնականում չի կիրառվում: Ամեն ինչ ավելի պարզ է. Դաշնային Խորհրդի շատ անդամներ փաստացիորեն լոբբիզմ են անում իրենք իրենց: Սխեման հասարակ է. լինելով օրենքի ընդունման մեջ նախավերջին օղակը, դաշնային Խորհուրդը նույնպես կարող է հանդես գալ օրենսդրական նախաձեռնությամբ, որը նրբորեն մտցվում է կառավարություն: Այնտեղից այն գնում է Դումա, այնուհետև իրենքի նախագծի տեսքով մուտք է գործում դաշնային Խորհուրդ-շրջանը փակվում է:

Միջֆրակցիական պատգամավորական միավորումները -նոր սուբյեկտ են, որոնք լոբբիացնում են Դումայում կոլեկտիվ շահերը: Պատգամավորական միավորումների անդամներ հանդիսանում են տարբեր քաղաքական կուսակցությունների ներկայացուցիչները: Միջֆրակցիական պատգամավորական միավորումները դա պատգամավորների լոբբիստական գործունեություն է, որը վերջապես կառուցվածքային ձևեր է ձեռք բերել: Փաստորեն, մենք առաջին անգամ գործ ունենք պաշտոնապես արտահայտված, բայց և լեզալ ռուսական պառլամենտարիստների լոբբիզմի հետ:

⁶ Гришина Т., Голикова Л. Ходоки на гонораре// "Коммерсант Деньги" 17.09.2002.

Առաջին միջֆրակցիական միավորումն է՝ «Էներգիա Ռոսսիի», որը ստեղծվեց Պետդումայի աշխատանքի ամենասկզբում՝ 2000թ. փետրվարի 22-ին: Դա ամենաբազմաքանակ և ակտիվ գործող պառլամենտական կառուցվածքներից մեկն է: Գարնանային նստաշրջանի վերջում նրա շարքերը համալրվեցին ևս 11 անդամով, որոնց մեջ է Նոբելյան մրցանակի դափնեկիր Ժորես Ալֆերովը, «Եդինստվո» ֆրակցիայի առաջնորդ Վլադիմիր Պուտինը, պատգամավորական կորպուսի ավագ Եգոր Լիգաչևը, և ուրիշներ: Այժմ «Էներգիա Ռոսսիի» մեջ կան 122 պատգամավորներ: Սակայն դա դեռևս ամենամեծ պառլամենտական միավորումը չէ: Մասնակիցների թվով առաջատար է «Զուբր» միջֆրակցիական պատգամավորական միավորումը (Ուկրաինայի, Բելոռուսի և Ռուսաստանի միության օգտին), որտեղ հաշվվում են 142 պատգամավոր: Նրանց միավորել է Ուկրաինայի, Բելոռուսի և Ռուսաստանի պառլամենտականների միջև բարեկամության գաղափարը: Այս միավորման գաղափարներից մեկն է ստեղծել երեք սլավոնական պետությունների միավորված պառլամենտ: Խոշոր պառլամենտական միավորումներին կարելի է դասել նաև «Ռուսաստանի ապրանքարտադրողներ» միջֆրակցիակա պատգամավորական միավորումը, որի կազմում են 107 պատգամավորներ: Ամենափոքրաթիվ, բայց շատ գործուն միավորում է «Ապագայի ստրատեգիա» միավորումը, որը ներկայացնում է հայրենական գիտության շահերը և ընդգրկում է 14 պատգամավորների: Այն գլխավորում է «Ռուսաստանի մարզեր» խմբի պատգամավոր ակադեմիկոս ՌԳԱ Ռոբերտ Նիգմատուլինը:

Կիսապետական լոբբիստներ. դրանք PAO EՅՇ, Գազպրոմ, Տրանսնեֆտ, Վնեշտորգբանկ, Սբերբանկ պետական կազմակերպությունների ղեկավարներն են: Համապատասխանաբար Չուբայսը, Միլլերը, Վայնշտոկը, Կոստինը և Կազմինը, մարդիկ, ում շատ հաճախ են հրավիրում երկրի բարձրագույն քաղաքական մարմինների նիստերին: Նրանք կիսապետական լոբբիստներ են, ովքեր պահանջում են տարիֆների, ներդրումների և վերաֆինանսավորման դրույքների մեջ զիջումներ և այլն:

Լոբբիզմի առանձնահատկությունները հետխորհրդային տարածքում (Ղազախստանի և Ուկրաինայի օրինակի վրա)

Հետխորհրդային քաղաքական համակարգերի մեծամասնության համար, այդ թվում նաև Ղազախստանի համար լրբիզմը չի հանդիսանում հաղորդակցության ուղի հասարակության և քաղաքական համակարգի միջև, քանի որ չի անցել իրավական ինստիտուցիոնալացման: Միևնույն ժամանակ, շատ փորձագետների կարծիքով, չնայած լրբիստական գործունեությունը կարգավորող հատուկ օրենսդրության բացակայությանը, լրբիզմը հանդիսանում է նախկին սոցիալիստական երկրների քաղաքական համակարգի անբաժան մասը:

Հետխորհրդային տարածքի առանձնահատկությունը հանդիսանում է այն, որ մեծ մասամբ շահերի սոցիալական խմբերը այստեղ չեն կարող լինել ճնշման խմբեր, այն դեպքում, երբ գոյություն ունեցող ճնշման խմբերը չեն արտահայտում սոցիալական շահերը:

Դրա պատճառները կայանում են հետևյալում.

1. Հետխորհրդային քաղաքական համակարգերի մեծամասնության համար բնութագրական է զարգացածությունը, համակարգային վերլուծության լեզվով արտահայտված «ներսից մուտքերով», երբ քաղաքական որոշումների ընդունման գործընթացի վրա էական ազդեցություն են ցուցաբերում հենց քաղաքական համակարգի ներսում գործող սուբյեկտները՝ ակտորները, որոնց գործունեությունը կրում է մեծ մասամբ նեղ կորպորատիվ, կլանային բնույթ:

2. Այստեղ հիմնականում գործում են ճնշման ինստիտուցիոնալ խմբերը, որոնք իրենցից ներկայացնում են պետական ապարատի մասեր, օղակներ կամ նրանց հետ ունեցող կորպորատիվ հովանավոր-պատվիրատու հարաբերություններ:

Ինչպես ցույց տվեց փորձագիտական հարցումը, Ղազախստանում առավել ազդեցիկ լրբիստական խմբերի առաջին եռյակի մեջ են մտել կառավարական լրբիին (66.7%), արտասահմանյան ընկերությունների շահերը ներկայացնող ճնշման խմբերը (61.9%) և տոհմացեղային (կլանային) լրբիին (38.1%): Ինչ վերաբերվում է այս ներհամակարգային ճնշման խմբերի գործունեության արդյունքներին, ապա հետաքրքիր են երևում 1999թ. դեկտեմբերին կատարված փորձագիտական հարցման արդյունքները Ղազախստան լրբիզմի առանձնահատկություններին նվիրված հոդվածագրի աշխատության մեջ: Հանրապետությունում քաղաքական գործընթացների վրա ղազախստանյան գործող ճնշման խմբերի ազդեցության

աստիճանի մասին հարցմանը փորձագետների մեծամասնությունը (36%) հայտարարել է, որ այդ ազդեցությունը բացասական է, քանի որ պայմաններ է ստեղծվում կոռուպցիայի տարածման համար: Փորձագետների կարծիքով, երկրորդ տեղում կանգաժ է այն, որ ճնշման գոյություն ունեցող խմբերը գործում են ի վնաս պետական շահերի: Անցած տարվա ընթացքում իրավիճակը չի փոխվել: Սեմինարի մասնակիցների 76.2% համարում է, որ Ղազախստանում լոբբիստական գործունեություն իրականացնող «հանրահայտ» մեթոդ է հանդիսանում ոչ ֆորմալ հարաբերությունները, անձնական և բարեկամական կապերը: Նման իրավիճակ գոյություն ունի նաև Ուկրաինայում, որտեղ առաջատար կլանների ներկայացուցիչները (դոնեցկյան, կիևյան, դնեպրոպետրովսկյան, խարկովյան, լվովյան ագրո-արդյունաբերական) վերահսկում են բոլոր պետական մարմինները: Ելնելով սրանից, կարելի է ասել, որ նախկին սոցիալիստական երկրների հասարակական գիտակցության մեջ լոբբիզմի պրոցեսը հանդիսանում է զարգացման, կոռուպցիայի գործընթացների բաղկացուցիչ մասը: Բայց դա չի նշանակում, որ լոբբիզմի հետևում չեն ճանաչում նրա կարևոր հաղորդակցական դերը սոցիալական ինտերակցիաներում: Ամերիկյան քաղաքագետների կարծիքով, ժողովրդավարական քաղաքական համակարգերում լոբբիզմը վաղուց արդեն անցել է «կոռուպցիայից» դեպի «տեղեկատվություն»:

Նոր տեղեկատվության սղության պայմաններում քաղաքական համակարգը հենվում է հիշողության և արժեքների դաշինքի վրա, որտեղ հիմնականում պահեստավորված են իշխանության և հասարակության միջև փոխհարաբերությունների տոտալիտար քաղաքական ավանդույթները: Եթե արևմտյան քաղաքական համակարգերում իշխող էլիտան դիտվում է որպես տեղեկատվական զանազան աղբյուրների հիման վրա որոշումների ընդունման համակարգ, որոնց են վերաբերվում նաև ճնշման խմբերը, ապա Ղազախստանի քաղաքական պայմաններում շրջակա միջավայրի և որոշումների ընդունման կենտրոնի միջև հաղորդակցական ուղիները այնքան էլ շատ չեն: Հաղորդակցական ցանցը և տեղեկատվության հիմնական աղբյուրները գտնվում են հենց քաղաքական համակարգի ներսում և որտեղ էլ ղազախստանյան ճնշման խմբերի մեծամասնությունն է:

Տվյալ պահին կարելի է առանձնացնել քաղաքական հաղորդակցության երկու հիմնական ձևերը Ղազախստանի, Ուկրաինայի և այլ երկրների համար բնորոշ լրբիստական գործունեության շրջանակներում:

1. Հաղորդակցություն ոչ ֆորմալ շփումների (ուղիղ կամ ներքին լրբիզմ) օգտագործման միջնորդությամբ: Հաղորդակցության այդպիսի տեսակի մեջ միջնորդ է հանդիսանում այն մարդը, ով տիրապետում է «Know how» տեխնոլոգիային (գիտենալ ինչպես) + (գիտենալ նրան, ով հատկապես կարող է օգտակար լինել): Հաղորդակցության այդպիսի տեսակը ակտիվորեն օգտագործում են ճնշման ինստիտուցիոնալ խմբերը, ովքեր գործում են քաղաքական համակարգի ներսում: Քաղաքական համակարգից դուրս գտնվող սոցիալական խմբերի մեծամասնության համար հաղորդակցության այդպիսի տեսակը գործնականում անհասանելի է:

2. Հաղորդակցություն, որն իրականացվում է զանգվածային լրատվական միջոցների օգտագործման միջոցով (անուղղակի լրբիզմ): Քաղաքական իշխանության ինստիտուտների վրա ճնշումն իրականացվում է շահագրգռված խմբի համար բարենպաստ հասարակական կարծիք ձևավորելու ճանապարհով: Փորձագետների կարծիքով, Ղազախստանում և Ուկրաինայում լրբիստական գործունեության հիմնական մեթոդներից մեկը հանդիսանում է տեղեկատվական ճնշումը, ՁԼՄ-ների միջոցով որոշակի հասարակական կարծիքի ձևավորումը: Խնդիրը կայանում է նրանում, որ շատ դեպքերում գոյություն ունեցող ՁԼՄ-ները կա՛մ գտնվում են պետական վերահսկողության տակ, կա՛մ գործիք են հանդիսանում տարբեր ֆինանսա-արդյունաբերական և քաղաքական էլիտայի խմբավորումների պայքարի մեջ: Վերջինները հաճախ դիմում են հասարակական կարծիքին, բայց միայն նրա համար, որպեսզի ցույց տան պետական իշխանությանը հասարակության իրական կամ կարծեցյալ աջակցությունը իրենց նախաձեռնությանը:

Հետխորհրդային պետությունների մեծամասնության փորձը ցույց է տվել, որ հաջող լրբիստական գործունեության համար այդպիսի խումբը պետք է ունենա իր ներկայացուցիչը իշխանության բուրգի վերևներում, ներկրման-արտահանման կառուցվածք, արտադրանքի մատակարարման ցանկալի առավելագույն մենաշնորհային իր հատվածը, սեփական ֆինանսա-բանկային կառուցվածքը,

բարեկամական ֆրակցիա կամ քաղաքական շարժում, զանգվածային լրատվամիջոցներ:

Այսպիսով, կարելի է խոսել պայմանների և պարամետրերի առանձնահատկության մասին, որտեղ ծավալվում է հետխորհրդային տարածքում լրբբիստների գործունեությունը: Ընդ որում, այս երկրների մեծամասնության համար ընդհանուր է հանդիսանում կլանայնությունը և շահերի կորպորատիվությունը, ակտիվ պետական լրբբիզմը, լրբբիստական գործունեության իրավական կանոնակարգման բացակայությունը:

Արևմտյան տեխնոլոգիաների փոխառումը

Եվ Ռուսաստանում, և Ուկրաինայում լրբբիստները այս կամ այն կերպ օգտագործում են արևմտյան երկրների փորձը: Առաջին հերթին, խոսքը գնում է ԱՄՆ-ի մասին, որտեղ վաղուց օրինականացված լրբբիստական գործունեության շրջանակներում գիտական հիմքի վրա ծնվում են իշխանության մարմինների և հասարակական կարծիքի վրա ներազդելու ավելի նոր տեխնոլոգիաներ: Օրինակ, կարելի է խոսել grass-roots մեթոդի հաջող կիրառման մասին, այսինքն՝ մարդկանց մեծ զանգվածների օգտագործման մասին՝ իրենց պահանջների զանգվածային աջակցության պատրանք ստեղծելու համար ինչպես Ռուսաստանում (օրինակ, հանրաքվեի նախաձեռնությունը՝ բանակը պայմանագրային հիմունքներով կազմակերպելու հարցով), այնպես էլ Ուկրաինայում («Ուկրաինա առանց Կուչմայի» շարժումը) և այլ երկրներում: Հետևաբար, լրբբիստների գործիքակազմի ընդլայնման և հարստացման հեռանկարներ են բացվում արևմտյան կոլեգաների կողմից մշակված տեխնոլոգիական սխեմաների բազմազանության հաշվին (առաջին հերթին ամերիկացիների):

1.2 Լրբբիզմի մեթոդների համակցությունը և PR-CPR կոնցեպցիան

Բոլոր հին պատվիրատու կորպորացիաներում այս ուղղությունների զարգացման համար վարձում էին առանձին ֆիրմաների և նրանց աշխատանքը չէր ընդհատվում:

Մեր ժամանակներում համաշխարհային խոշորագույն կորպորացիաները փորձ են կատարում «սուպերմարկետ» ստեղծել հաճախորդների համար: Բնականաբար, այս բոլորը պատահական չէ: Բանը նրանում է, որ գովազդը դարձել է լրբիզմի տարր: Օրինակ, Բ. Քլինթոնի կողմնակիցների առողջապահության բարեփոխումների նախագծի պարտությունը վերլուծաբանների կողմից կապվում է նրա հակառակորդների կողմից ուղիղ գովազդի վրա ուշացած ռեակցիայի հետ, որը լրբիզմի համար նորամուծություն էր ազգային մակարդակով:

Այս իմաստով լավ է նախապատրաստված նաև արտասահմանյան լրբիզմը, հատկապես ճապոնականը: Կոնգրեսի պաշտոնական ալմանախի երեսին տեղադրված է «Հոնդա» ավտոմեքենաների գովազդը: Տեքստը չի նշում արտադրանքի արժանիքները, այլ բարձրաձայնում է. «Օհայո նահանգի մեր գործարաններում մենք նախկինում երբեք չենք օգտագործել (ավտոմեքենաների հավաքման ժամանակ) այդքան ամերիկյան մասեր և նյութեր: Այս տարի գումարը կազմել է 5.3 մլրդ դոլար»: Ցանկացած մասնագետի համար պարզ է, որ տվյալ ալմանախի ընթերցողները նպատակային լսարան չեն հանդիսանում կոմպակտ դաիս ավտոմեքենաների գովազդի համար: Գովազդային ձևով տեքստը հետապնդում է ոչ թե գովազդային, այլ լրբիստական նպատակներ, որոնք արտահայտվում են պիարի տեխնոլոգիաներով: Նման մարտավարություն է ընտրել «Նիսսան» կորպորացիան, որի գովազդային կարգախոսն է՝ «Ներդրում Ամերիկայում»:

Աշխարհագրական ընդգրկումը և գործողությունները յուրաքանչյուր սուբյեկտում (տարածաշրջանում, նահանգում)

Ինչպես արդեն ասվել է, լրբիզմը դաշնության սուբյեկտների մակարդակի վրա դարձել է նկատելի գիծ: Խոշոր լրբիզմ իրականացնող կազմակերպության համար խիստ կարևոր է իրենց շահերի ներկայացումը ամբողջ ծավալով: Այսպիսով, մենք թվարկեցինք ժամանակակից լրբիզմի հիմնական պարամետրերը: Չի նշանակում, որ հին հասարակ լրբիզմը «բուրբոնի բաժակի շուրջը» անհետացել է: Ոչ, այն մնում է, բայց միայն քիչ թվով արհեստավարժներ են արժանացած քաղաքական գործիչների վստահությանը, որոնք թույլ են տալիս իրենց լրբիզմը իրականացնել անձնական հանդիպման ժամանակ: Այսպիսով, փորձենք դուրս բերել ժամանակակից խոշոր լրբիստական միավորումների ինչ-որ բանաձև:

3. Լորբիստական արշավի կազմակերպման ընթացակարգը

Նշենք կազմակերպման առավել ռացիոնալ անհրաժեշտ գծերը.

Իրավիճակի վերլուծություն

ա) Իրավիճակի ծագման պատճառները

բ) Ճնշման սուբյեկտի պատմությունը

գ) Տվյալների հավաքում և պատվիրատուի դիրքի վերլուծություն (SWOT-վերլուծություն). առավելությունները, թուլությունները, հնարավորությունները:

դ) Նպատակները - հիմնական և լրացուցիչ: Ձեռքբերման հավանականությունը

Ռազմավարական մշակումը

ա) Պատվիրատուի նախորդ գործողությունների վերլուծությունը:

բ) Մրցակիցների գործողությունների վերլուծությունը:

գ) Ներգործության տարբերակները և արդյունքի հավանականությունը:

դ) Նախնական պլան

Ճնշման օբյեկտները օրենսդրական, գործադիր իշխանություն, իշխանության մակարդակը, ձեռքբերման տարբերակները.

○ փուլայնությունը և յուրաքանչյուր փուլի խնդիրները;

○ իշխանությունը և հակասությունները խաղը քաղաքական խմբավորումների և

իշխանության ճյուղերի հանդիպական ուղղության վրա,

գործունեության տարբերակները և նրանց քաղաքական տնտեսական արժեքը;

տարբերակների հիմնական գծերը;

ե) Տարբերակների ընտրությունը:

Արշավի հիմնական պլանի նախապատրաստումը

ա) Ընտրված տարբերակի ուսումնասիրումը, ներառյալ.

կոալիցիայի անհրաժեշտության մասին հարցը, եթե «այո», ապա կոալիցիայի ստեղծումը, մրցակիցներից չեզոք և չկողմնորոշված ուժերի գատում

○ շտաբի ստեղծում և ֆունկցիաների տեղաբաշխում;

○ լրացուցիչ ջանքերի մասին հարցը՝ վարձել ենթակապալառուների

○ հարց, բնակչության իրական աջակցությունը կազմակերպելու վերաբերյալ, եթե «այո», ապա պահերի մշակում:

1. Նպատակային լսարանի ընտրություն:

2. Ճիշտ պահի օգտագործում՝ հավաքագրման համար:
3. Մասնակցին ազատել ավելորդ ջանքերից և նախաձեռնությունից:
4. Ակցիայի իմաստը և անհրաժեշտությունը հասցնել յուրաքանչյուրին:
5. Ակցիաների էությունը (նամակներ, երթեր, ելույթներ):
6. Ակցիաների կազմակերպում:

Հարց տեղերում աշխատելու վերաբերյալ, եթե «այո», ապա ուսումնասիրել ներկա պլանի յուրաքանչյուր կետը, ծանոթանալ յուրաքանչյուր տեղին:

Լրացուցիչ ջանքերի անհրաժեշտություն՝ ըստ կետերի:

1. Գովազդ
2. Հրապարակումներ ՁԼՄ-ներում և հասարակայնության հետ կապեր:

Ֆինանսական պլան, ռեսուրսների տեղաբաշխում:

- բ) Իրավաբանական վերահսկողություն սեփական գործունեության վերաբերյալ: գործունեության աուդիտ մրցակիցների աչքերով:

Թույլ չտալ գործողություններ, որոնք կարող են հարվածի տակ դնել ամբողջ արշավը:

Ռիսկի տոկոսների հաշվում:

- գ) Ճգնաժամային իրավիճակների կարգավորման պլանի ստեղծում:
- դ) Գործունեության սկզբի ճիշտ ամսաթվի ընտրություն:
- ե) Ուժերի տրենինգ:

Գործողությունների հիմնական պլանը և իրականացումը

ա) Ջանքերի հաշված «պիկի» իրականացում, առանց որի կամ արշավը բացառիկ թանկ է դառնում, կամ անարդյունավետ:

բ) Հստակ վերահսկողություն բոլոր գործողությունների նկատմամբ:

գ) ՁԼՄ-ները և նրանց հետ հարաբերությունները, լուսաբանում մամուլում:

դ) Տեխնիկական կողմը; ապահովում նյութերով:

ե) Մարմնավորում՝ առանց տապալելու հիմնական պլանը:

զ) Ակցիաների իրականացման ընթացքում լրացուցիչ ջանքերի պատրաստակամություն:

Հասարակական կարծիքի հարցումներ:

Գովազդային ժամանակի և տարածության գնում

Գործողություններ կոնկրետ նահանգներում ըստ անհրաժեշտության, հատկապես այնտեղ, որտեղ կողմնակիցների թիվը մեծ չէ:

Ընթացքում ռազմավարության վերադասավորում (այդ թվում, պահեստային ռազմավարության և ճգնաժամային տարբերակների օգտագործում):

Արդյունքները

Ցանկացած ելքի դեպքում պետք է կատարվի գործողությունների վերլուծություն, հայտնաբերվեն սխալները, ինչպես ռազմավարության ընտրության փուլում, այնպես էլ պլանի իրականացման մեջ: Փորձը պետք է հասցվի աշխատակիցներին որպես ի գիտություն, ովքեր կարող են նորից բախվել նման խնդիրներին:

4. Լոբբիզմի հիմնական տեխնոլոգիաները

Համաշխարհային պրակտիկայում տարածված են լոբբիստական գործունեության կազմակերպման հետևյալ տեխնոլոգիաները.

1. Ելույթներ օրենսդրական մարմնի պրոֆիլային կոմիտեներում:

Կոմիտեների աշխատանքի մեջ թույլատֆվում է ինչպես պատգամավորների մասնակցությունը, այնպես էլ շահագրգռված լոբբիստների և փորձագետների մասնակցությունը: Օրինակ, գերմանական Բուդեսթագի կանոնակարգի համապատասխան, պառլամենտական կոմիտեներին իրավունք է տրվում անցկացնելու հասարակական լսումներ իրավասու անձանց և շահագրգռված խմբերի ներկայացուցիչների մասնակցությամբ՝ նրանցից համապատասխան տեղեկատվություն ստանալու համար:

2. Օրենքի նախագծերի կազմում և ներկայացում պառլամենտի քննարկմանը, որը կատարվում է ինչպես լոբբիստների կողմից, այնպես էլ օրենսդրական և գործադիր իշխանության մարմինների կողմից՝ շահագրգռված խմբերի մասնակցությամբ: Լոբբիզմի տվյալ տեխնոլոգիան հնարավոր է որոշակի օրենքի նախագիծը «անցկացնելու» տեսքով կամ նրա մեջ առանձին ուղղումներ կատարելու տեսքով: Բացի դրանից, հնարավոր են Պետական Դումայի պատգամավորների և Դաշնային Խորհրդի անդամների զանազան նամակները և հարցումները՝ ուղղված պետական իշխանության տարբեր դաշնային մարմիններին: Լոբբիստական գործունեության մեջ պակաս կարևոր չէ նաև անձնական շփումը պատգամավորի հետ. պառլամենտականի

հետ անձնական ծանոթության ժամանակ կարելի է որոշել, թե արդյո՞ք նա կսատարի անհրաժեշտ օրենքի նախագծին, թե ոչ:

Պառլամենտում օրենքի նախագծի կամ օրենսդրական առաջարկության լրբբիզմը, որպես կանոն, սկսվում է պատգամավորների մեջ կողմնակիցներ փնտրելով (համախոհներ): Նրանց գտնելուց հետո պառլամենտականը կամ պատգամավորների խումբը առաջարկված օրենքի նախագիծը մտցնում են Պետդումայի օրենսդրական նախաձեռնության կարգի մեջ: Այս իրավիճակում իրական մշակողները կարող են լինել ոչ թե լրբբիստները, այլ նրանց հետևում կանգնածները: Հետևաբար, հաճախ անհայտ է լինում, թե ով է իսկական պատվիրատուն:

Լորբբիստի աշխատանքը պառլամենտում չի սահմանափակվում միայն կողմնակիցների կամ համախոհների փնտրտուքով: Կարևոր նշանակություն ունի վերահամոզել կամ իր կողմը թեքել «տատանվող» պատգամավորներին, նրանց, ովքեր հստակ դիրքորոշում չունեն տվյալ օրենքի նախագծի նկատմամբ: Նրանց քանակը կարող է որոշիչ նշանակություն ունենալ օրենքի նախագծի քննարկման և ընդունման ժամանակ: Լորբբիստը փաստացի հնարավորություն ունի մասնակցելու օրենքի նախագծի լրբբիզմի գործընթացին կամ նրա առանձին դրույթների լրբբիզմին՝ օրենսդրական գործընթացի ցանկացած փուլում: Եվ հատկապես օրենքի նախագիծը Պետդումա մտցնելու ժամանակ; Պետդումայի Խորհրդում օրենքի նախագծի քննարկման ժամանակ; օրենքի նախագծի վերջնական մշակման (կամ լրացուցիչ) պատասխանատու կոմիտեում քննարկման ժամանակ, մինչև այն առաջին ընթերցմամբ ընդունելը; առաջին ընթերցմամբ ընդունելու ժամանակ; պատասխանատու կոմիտեում օրենքի նախագծի հետագա լրացուցիչ մշակման ժամանակ՝ այն երկրորդ ընթերցմամբ քննարկելու համար; օրենքի նախագիծը երրորդ ընթերցմամբ ընդունելու ժամանակ; Դաշնային Խորհրդում, Պետդումայի ընդունած դաշնային օրենքի քննարկման ժամանակ, ինչպես նաև Ռուսաստանի Դաշնության Պրեզիդենտի կողմից դաշնային օրենքի ստորագրման փուլում:

Հետևաբար, օրենսդրական գործընթացի բոլոր փուլերում լրբբիստական «մշակման» օբյեկտներ կարող են լինել բացի պատգամավորներից, նաև պետական ծառայողները՝ պետդումայի ապարատների աշխատակիցները, Դաշնային Խորհրդի ապարատների աշխատողները: Շատ բան է կախված պառլամենտում աշխատող

ծառայողներից. և՛ պատգամավորների քննարկմանը դրված օրենքի նախագծերի բովանդակային ուսումնասիրությունը, և՛ նախապատրաստման արագությունը, և՛ տեխնիկական նրբությունները: Պետական ծառայողները շահագրգռված են լրբիստների հետ համագործակցելու մեջ, եթե վերջիններս նրանց արժանահավատ տեղեկատվություն են տալիս, օգնում են լուծել կազմակերպչական հարցերը, աջակցում են աշխատանքային խմբերին: Այսպիսով, ներկա իրավիճակում լրբիստները բավականաչափ մեծ հնարավորություններ ունեն օրենսդրական գործընթացի վրա ազդելու, իսկ այն, ինչպես հայտնի է, կարող է նաև անարդյունավետ լինել: Օրինակ, որոշ օրենքների նախագծեր Պետդումայի կողմից բազմաթիվ անգամ քննարկումներից հետո ընդհանրապես հանվում են հետագա քննարկումից:

3. Քարոզարշավների կազմակերպումը ՋԼՄ-ներում պատրաստվող կամ ընդունված որոշումների առնչությամբ:

Լուսաբանման համար կարելի է բերել քննադատական հոդվածների շարքը «Սահմանի մասին» Դաշնային Օրենքի 1 պրիմ. հոդվածի առնչությամբ, որը հրապարակվեց 1997թ. «Իզվեստիա» թերթում: 1 պրիմ. հոդվածը վկայում է «ոչ այնքան նորարարության հեղինակների իրավական անշնորքության մասին, որքան լրբիստների անսահման ցինիզմի մասին» (Ս. Ագաֆոնով): Լրագրողների կոշտ տոնը, ըստ երևույթին, բացատրվում է ոչ այնքան նրանց քաղաքացիական դիրքորոշմամբ, որքան տարբեր լրբիստական խմբերի բախումով, ովքեր հանդես են գալիս սահմանային հարկ մտցնելու «կողմ» և «դեմ» դիրքերից:

4. Գիտապրակտիկ կոնֆերանսների անցկացում իշխանության գործադիր և օրենսդիր մարմինների մասնակցությամբ, որը արդեն դարձել է ամենօրյա պրակտիկա ռուսական քաղաքական կուսակցությունների և շարժումների գործունեության մեջ:

5. Հանդիսավոր դիմավորումների և ընդունելությունների կազմակերպում գործադիր և օրենսդիր մարմինների լիազոր ներկայացուցիչների համար, որը ընդունված է մարզային ղեկավարների և խոշոր ձեռնարկությունների կողմից:

6. Հոգեբանական ճնշում պատգամավորների և գործադիր իշխանության ներկայացուցիչների վրա (զանգեր, նամակներ, հեռագրեր, ազդեցիկ գործիչների անձնական այցեր, տեղի ընտրողների այցելություններ):

7. Հանրահավաքներ և գործադուլներ, որոնք առավել բնորոշ են արհմիութենական միավորումների համար, որոնք պաշտպանում են իրենց բնագավառի աշխատավորների սոցիալ-տնտեսական շահերը:

8. Պաշտոնատար անձանց կաշառք, որոնց հետ է կապված հատկապես հասարակության բացասական վերաբերմունքը լոբբիզմի նկատմամբ:

9. Անձնական կապեր կամ «միջանցքային լոբբիզմ», որոնք իրականացվում են պետական գործիչներին անձնական, բարեկամական շփումների և այցելությունների ճանապարհով: Օրինակ, 1995թ. էկոնոմիկայի նախարար Ե. Յասինը խոստովանեց, որ պրեզիդենտն ունի «սիրելի» տնօրեններ, ինչպես, օրինակ, Ռոստսելմաշի կամ ԶԻԼ-ի տնօրենը: Նրանք մտնում են պրեզիդենտի կաբինետը և ստորագրում ցանկացած դոտացիա: Սակայն, «երեք տարվա ընթացքում Ռոստսելմաշը այնքան փող է ստացել և ծախսել, որքան կբավարարեր տասնյակ գործարանների մոդեռնացման համար»:

10. Համացան տեխնոլոգիաները (էլեկտրոնային լսումներ, կոմպրոմատներ և այլն): Քաղաքական նպատակներ հետապնդող տեղեկատվական լոբբիզմի համար հարմար միջավայր է հանդիսանում «գործարար շշուկների» սխեման, կամ, այլ խոսքով, քաղաքական-տնտեսական նորությունները, որոնք հրապարակայնորեն հաստատված չեն պաշտոնատար անձանց կողմից: Օրինակ, «Մագիլ» սկադալային ճանաչում ունեցող կայքի հետևից Համացանցում երևաց նմանատիպ ժանրով քաղաքական նորությունների գործակալությունը՝ АПН: Գլխավորապես միջազգային տեղեկատվական կողմնորոշում ունեցող իր խորհրդային նախորդի հետ մեկ տարի առաջ ի հայտ եկած այս գործակալությունը ոչ մի կապ չունի:

Տեղեկատվական լոբբիստների համար, ովքեր գիտեն, ինչպես դուրս գալ АПН վրա, սկզբունքորեն այլ բան է կարևոր: Այս կայքը լավ ծանոթ է ոչ միայն որոշում ընդունող մարդկանց, այլև ԶԼՄ-ների ներկայացուցիչներին, որոնք հաճախ պատրաստ են հրապարակել ամենաանհավանական նյութերը: Հետևաբար, հավանաբար չգիտենալով, թե ով է գործակալության տերը, բավականին բարդ է գնահատելը տեղեկատվության արժանահավատությունը: Ուշադրություն գրավելու համար մամուլի համար բավական է, որպեսզի տեղեկատվությունը «նման լինի արժանահավատությանը»: Օրինակ, հոկտեմբերի 29-ին АПН կայքում հաղորդագրություն տարածվեց. «Տրանսնեֆտ կոնցեռնում տեղի է ունեցել

իրավաբանական սկանդալ», որտեղ ասվում էր, որ այդ պետական ընկերության նախկին պրեզիդենտ Դմիտրի Սավելևի դեմ կարող է քրեական գործ հարուցվել: Իսկ արդեն նոյեմբերի 2-ին «Նեգավիսիմայա գագետա» թերթում հոդված տրպագրվեց. «Մինտոպը մեղադրում է Տրանսնեֆտի էքս-պրեզիդենտին, որտեղ կատարելապես այլ փաստեր են բերվում, քան АПН հաղորդագրությունը»:

Առավել հանրաճանաչ դարձավ Compromat.ru կայքը, որտեղ կոմպրոմատ պարունակող նյութի տեղադրման արժեքը 500 դոլար է:

5. Որոշ լրբբիստական տեխնոլոգիաների արժեքը

Գինը որոշվում է լրբբիզմի մակարդակով. տեղական իշխանության մարմինները և Դաշնային ժողովը բոլորովին տարբեր են: Ցանկացած երկրի լրբբիստների մոտ ամենաթանկ նախագիծը համարվում է նրա բյուջեն: Ռուսաստանը բացառություն չէ: Շահագրգռված կողմերն են առանձին ընկերություններից մինչև դաշնության սուբյեկտները: Այստեղ ուժեղ խաղացողներ էին, օրինակ, Ռոման Աբրամովիչը, Սերգեյ Կիրիենկոն կամ Դոմայի բյուջետային կոմիտեի գլխավոր Ալեքսանդր Ժուկովը: Պնդում են, որ այս մարդիկ կարող են լուծել մարզերին, բնագավառներին միլիարդավոր ռուբլիներ հատկացնելու հարցերը: Բացի դրանից, բյուջեի տողատակերում կարելի է վարպետորեն թաքցնել կոնկրետ խոշոր կառուցվածքների շահերը:

Կան ավելի փոքր նաժազեր: Նախարարությունների և գերատեսչությունների կողմից լիազորված բանկերի, ապահովագրողների և այլն, կարգավիճակի ստացման տենդերների անցկացումը: Այդպիսի կարգավիճակի գինը ուղիղ համեմատական է այն շահույթներին, որը սպասվում է նրա տիրոջը: Որպես դասական օրինակ, կարելի է հիշել Պետական մաքսային կոմիտեի հաշվիների սպասարկման իրավունքի տենդերները: Ֆինանսական հոսքերը, որոնց համար վեց տարվա ընթացքում պայքարում էին բանկերը, գերազանցում էին պետբյուջեի 1/3 մասը: Այդ ժամանակ բանկային լրբբին այնքան հզոր էր, որ այդ բոլոր տարիներին կառավարությունը չէր կարողանում կատարել պրեզիդենտի հրամանը, այն է՝ Պետական մաքսային կոմիտեի հաշիվները փոխանցել Դաշնային գանձարան: Բայց միշտ չէ, որ այդպիսի մակարդակի լրբբիզմ է պահանջվում: Ամենաէժան լրբբիստական ծառայությունը համարվում է պատգամավորական հարցումը: Դրա համար նույնիսկ պարտադիր չէ պատգամավորի վրա դուրս գալը, բավարար են նրա օգնականները: Նրանց մոտ կան

կնիքով և ստորագրություններով հարցումների բլանկներ: Հարցումը պետական մարմին (օրինակ, հարկային տեսչություն), կարող է արժենալ 1-1.5 հազար դոլար: Որպեսզի հարցումը ազդեցություն ունենա, կարող է պահանջվել պատգամավորի անձնական միջամտությունը, օրինակ, գանգը: Դա արժե 2-2.5 հազար դոլար: Բնականաբար, հաշվի է առնվում նաև հարցի գինը: Եթե դա քաղաքական կոնֆլիկտ է, ծառայությունները թանկ արժեն, քանի որ պատգամավորը կարող է մեղադրվել լոբբիզմի մեջ, որը ռիսկային է:

Հաճախ հարցումը օգտակար է որպես փիարի միջոց, որպես տեղեկատվական առիթ ՋԼՄ-ների համար: Օրինակ, «Պալլադա» ընկերությունը կոնֆլիկտի ժամանակ (ՓԿԱԵ-ի հետ) օգտվել է «Յաբլոկո», «Եդինստվո» ֆրակցիաների պատգամավորական հարցումներից, որը ուղղված էր վարչապետ Միխայիլ Կասյանովին: Այդ քայլի շնորհիվ «Պալլադան» ստացավ մի շարք ՋԼՄ-ների աջակցությունը: Ավելի թանկ արժե պառլամենտական հարցումը, որը ընդունվում է լիակազմ նիստի մակարդակով: Առանձին դեպքերում նրա արժեքը կարող է հասնել մինչև 100 հազար դոլար: Այս կամ այն օրենքի նախաձեռնությունը պառլամենտի ստորին պալատի պատգամավորների կողմից, շահագրգիռ կողմին ավելի քան 40-80 հազար դոլար է արժենում: Դումայում նմանատիպ ծառայություններ կարող են մատուցել միայն այն պատգամավորները, ովքեր նախկինում բարձր պաշտոններ են զբաղեցրել կառավարությունում կամ պրեզիդենտի վարչախմբում: Դրանք Եգոր Գայդարի, Միխայիլ Չադորնովի, Յուրի Մասլյուկովի, Գեննադի Կուլիկի մակարդակի մարդիկ են:

Հաջորդը գնային աստիճանն է՝ օրենքի մեջ փոփոխություններ մտցնելը, իսկ կարևոր օրենքների նախագծերի անցկացումը կարող է արժենալ 50 հազարից մինչև 300 հազար դոլար: Այստեղ ռեկորդակիրներ են՝ փոփոխությունները Հարկային օրենսգրքի մեջ, որի համար պատասխանատու է բյուջետային կոմիտեն:

Վերջերս ավելի հազվադեպ է խոսք գնում լիքը ծրարների մասին՝ պատգամավորական աշխատանքի վարձատրությունը տարբեր ձևեր է ընդունում. ժողովրդի ընտրյալի հեռավոր ազգականին աշխատանքի տեղավորելուց մինչև կազակական երգչախմբի գաստրոլների հովանավորումը:

Ծախսերի առանձին հոդված է Դումայում քվեարկությունը: Այստեղ մինչև այժմ հիշում են, թե ինչպես 1999թ. ստորին պալատը քվեարկեց պրեզիդենտի իմպիչմենտի

համար: Ականատեսների վկայությամբ, այդ ժամանակ մեկ «դեմ» ձայնը արժեր 60-80 հազար դոլար: Հաջորդ օրը շատ պատգամավորներ աշխատանքի եկան նոր մեքենաներով:

Բարձրագույն աստիճանը պրեզիդենտի վարչակազմն է: Այստեղ հիմնական դրույքը կատարվում է լոբբիստի քաղաքական խաղի նրբության վրա: Իսկ դա թանկ արժե: Օրինակ, վարչակազմը պարտավոր է եզրակացություն տալ Դումայի կողմից ընդունված ցանկացած օրենքի նախագծի վերաբերյալ: Եվ, անհրաժեշտ եզրակացությունը կարող է արժենալ 200-300 հազար դոլար:

Փիար-արշավ անցակցնելու տեսակետից առավել էժան և արդյունավետ միջոց է հանդիսանում աշխատանքը տեղեկատվական գործակալությունների հետ: Լրագրողների մեծամասնության համար նրանք հանդիսանում են տեղեկատվության սկզբնաղբյուր: Միևնույն ժամանակ գործակալությունները կողմնորոշված են բացառապես փաստերի վրա. թվեր, որոնք բնութագրում են ընկերության արտադրական գործունեությունը, կոնկրետ իրադարձություններ, պաշտոնական կառուցվածքի ներկայացուցիչների արտահայտությունները, որոնք հաճախ հանդիսանում են տարբեր հրատարակություններում համապատասխան հրապարակումների ի հայտ գալու տեղեկատվական պատճառ: Միևնույն ժամանակ, գործակալությունների ներկայացուցիչների նկատմամբ «ճիշտ» մոտեցման դեպքում մեդիադաշտում ի հայտ է գալիս տեղեկատվության սահմանափակ քանակ, որի մեջ խիստ շահագրգռված է ընկերությունը, և այդ տեղեկատվությունը ընդլայնելը հաճախ շատ բարդ է լինում: Լոբբիստական շրջանները մեծ փողեր են տնտեսում գործակալությունների վրա: Նրանց գնահատումներով, հաղորդագրության զետեղումը՝ կախված տեղեկատվության որակից և հաղորդման ուղուց, կարող է արժենալ 200-300 դոլարից մինչև 500-800 դոլար, բնականաբար, հաշվի առնելով PR-գործակալությունների միջնորդական ծառայությունները: Այսպիսով, ցանկացած նշանակալի իրադարձության վերաբերյալ տեղեկատվությունը, թեկուզև մինչև վերջ չստուգված, լիովին կարող է իր հետևից գրավել հոդվածների ոչ մեծ շարք (2-3 նյութ) պարբերական հրատարակչություններում: Համեմատության համար՝ փոքրիկ հոդվածի անմիջական զետեղումը (բաց թողնելով տեղեկատվության գործակալության փուլը) մայրաքաղաքային կենտրոնական թերթերից մեկի էջերում, կարող է արժենալ 100-200

դոլար, իսկ ծավալից և «վերլուծականության» մակարդակից կախված հոդվածները՝ 500-1000 դոլար, նյութերի շարունակվող շարքը՝ ամենաքիչը 5000 դոլար:

Ռուսական տեղեկատվական գործակալությունների սպեկտրը ընտրության նշանակալի ազատություն է տալիս արդյունաբերական լրբբիստներին: Այնուհանդերձ, առավել գերադասելի է «որոշումներ ընդունող» լսարանի ընդգրկումը, կամ այդ պրոցեսի վրա ազդեցություն ունեցող ՋԼՄ-ների: Առանց բացառության, բոլոր տեղեկատվական լրբբիստների համար առավել ցանկալի են երեք կենտրոնական գործակալությունները՝ «Ինտերֆակս», «Ռիա նովոստի» և «Պրայմ ՏԱՍՍ»: Մեկ աստիճանով ցածր են կանգնած պակաս խոշոր գործակալությունները, որոնք մասնագիտացված են տնտեսական տեղեկատվության վրա, ինչպիսիք են՝ «Ռոսբիզնեսկոնսալտինգ» (ՌԲԿ), «Ֆինմարկետ» և այլն: Փիարի տեղեկատվական ժապավենների բովանդակության վերլուծությունը: Եթե քանակական պլանի մեջ ՌԲԿ-ն կարող է չզիջել «Ինտերֆակսին», ապա որակի իմաստով (որի կարևորագույն ցուցանիշներն են հանդիսանում նյութերի բազմազանությունը և օպերատիվությունը), ապա անպայման գերադասելի է առավել խոշոր գործակալությունը:

Գլուխ 2 GR ՏԵԽՆՈԼՈԳԻԱՆԵՐԸ ՈՐՊԵՍ ԱՐԴՅՈՒՆԱՎԵՏ ԿԱՌԱՎԱՐՄԱՆ ՄԻՋՅՈՑ

2.1 GR տեխնոլոգիաների դասակարգումը հաղորդակցական մոտեցումների համատեքստում

Որպես գործունեության տեսակի՝ GR ակտուալացումով իշխանության և բիզնեսի ներկայացուցիչների փոխհարաբերությունների տեխնոլոգիական տեսանկյան ուսումնասիրությունը ավելի մեծ գործնական նշանակություն է ձեռք բերում: Բայց Ռուսաստանում GR գոյության ավելի քան 20 տարվա ընթացքում կուտակված փորձնական նյութի ամբողջ բազմազանության և առատության դեպքում, իշխանության մարմինների հետ կապերի էության նկատմամբ և սահմանակից բնագավառներից այդ ոլորտի տարբերակման ձեռնարկված փորձերի նկատմամբ խորը գիտական հետաքրքրությունների դեպքում GR-դեպարտամենտների կողմից կիրառվող տեխնոլոգիաների համակարգման և դասակարգման թեման մինչև այժմ չի կարելի կոչել բավականաչափ մշակված՝ գիտական գրականության մեջ: Առավել ևս, գիտելիքների վերլուծության և համակարգման անհրաժեշտությունն են ցույց տալիս այն բարդությունները, որոնք կապված են GR մասնագիտության ընթացիկ ինստիտուցիոնալացման հետ: Իշխանության և բիզնեսի համագործակցության վերաբերյալ գիտելիքների բազայի ձևավորումը և կայուն համակարգերի ստեղծումը, և որոնք մասնավորապես կենտրոնացած են այս բնագավառում կիրառվող տեխնոլոգիաների վրա, կարող է դառնալ այն խթանիչներից մեկը, որն ունակ է արագացնելու բնագավառի կայունացումը:

GR- տեխնոլոգիաների հասկացությունը

Կառավարման մարմինների հետ բիզնես-սուբյեկտի համագործակցությունների համակարգի ստեղծման և աջակցության նպատակներով կիրառվող տեխնոլոգիաների շրջանի ուսումնասիրությունը հարկավոր է սկսել «GR -տեխնոլոգիա» հասկացության սահմանումից:

Ամենաընդհանուր իմաստով տեխնոլոգիա է կոչվում մեթոդների, գործընթացների և նյութերի ամբողջությունը, որն օգտագործվում է լավագույն ձևով դրված նպատակներին հասնելու համար: Հայրենական գիտնականների կողմից արդեն GR-տեխնոլոգիայի սահմանման փորձեր են ձեռնարկվել. այսպես, օրինակ, «GR. Կապեր պետության հետ» Լ. Վ. Սմորգունովի և Լ. Ն. Տիմոֆեևայի խմբագրությամբ ուսումնական ձեռնարկի մեջ GR-տեխնոլոգիաներին են վերագրվում «գործունեության բոլոր տեսակները, որոնք պարունակում են պետական իշխանության մարմիններում որոշումների ընդունման գործընթացի վրա ներգործության որոշակի միջոցներ, որոնք իրենց մեջ ընդգրկում են աշխատանքի ռեժիմներ, միջոցներ, գործողություններ և ընթացակարգեր»: ⁷ Ս. Յու. Չիմարովը տեխնոլոգիայի և GR-տեխնոլոգիաներին նվիրված աշխատության մեջ մանրամասն նկարագրում է գործունեության տեխնոլոգիական հատվածները, բայց չի պարզաբանում, թե ինչպիսի իմաստ է իր մեջ պարունակում «GR-տեխնոլոգիա» սահմանումը: ⁸ Սահմանումը մշակելու համար մենք դիմում ենք GR-տեխնոլոգիայի հիմնական բնութագրին՝ սոցիալ-հաղորդակցական, որը ներկայացված է «GR. տեսություն և պրակտիկա» դասագրքում: Սոցիալ-հաղորդակցական տեխնոլոգիայի հասկացությունը ձևակերպվել է Դ. Պ. Գավրայի կողմից. գիտնականը սահմանում է այն՝ որպես «սոցիալական սուբյեկտի նպատակաուղղված համակարգային կազմակերպված գործունեություն՝ հիմնված որոշակի պլանի վրա և ուղղված որևէ նշանակալի սոցիալական խնդրի լուծմանը, և որն իրենից ներկայացնում է այդ խնդրի լուծումն ապահովող սոցիալական ռեսուրսների օգտագործման գործողությունների և ընթացակարգերի համակարգ»: ⁹

Տվյալ սահմանումը տեղավորելով GR -համատեքստում, մենք սահմանել ենք GR հաղորդակցական տեխնոլոգիան՝ որպես սոցիալական սուբյեկտի հաղորդակցությունների կառավարման համակարգային կազմակերպված գործունեություն, որը հիմնված է գործողությունների որոշակի ծրագրի վրա և ուղղված է հրապարակային իշխանության մարմինների հետ բարենպաստ հարաբերությունների կառուցմանը և պահպանմանը: Այստեղ և այնուհետև հրապարակային իշխանության

⁷ GR: связи с государством. Теория, практика и механизмы взаимодействия бизнеса и гражданского общества с государством / Под ред. Л. Сморгунова и Л. Тимофеевой. М., 2012. С. 304.

⁸ Чимаров С.Ю. *Government Relations (GR): типология и технологии деятельности* // Научные труды Северо-Западной академии государственной службы. 2011. Т. 2. Вып. 3. С. 3. С. 181–191.

⁹ GR: теория и практика / Под ред. И.Е. Минтусова, О.Г. Филатовой. СПб, 2013. С. 14.

մարմիններին մենք Ի.Ե. Մինտուսովի և Օ. Գ. Ֆիլատովայի սահմանման համաձայն կանվանենք պետական իշխանության մարմիններ, պետական մարմիններ և տեսչական ինքնակառավարման մարմիններ: ¹⁰ Մինչև GR-տեխնոլոգիաների հեղինակային դասակարգման առաջարկը, մենք դիտարկեցինք ժամանակակից գիտական և ուսումնա-մեթոդական գրականության մեջ գոյություն ունեցող մոտեցումները իշխանության մարմինների հետ համագործակցության պրակտիկայի բազմաձևության դասակարգման վերաբերյալ հարցի լուծման նկատմամբ:

GR -տեխնոլոգիաների դասակարգումը

Ակնհայտ է, որ իրականության մեջ իշխանության մարմինների վրա ազդեցությունը միշտ ստեղծվում է GR-սուբյեկտների գործունեության տարբեր ձևերի և մեթոդների ամբողջությունից: GR-տեխնոլոգիաների դասակարգումը հանդիսանում է առանձնահատուկ ուսումնասիրության առարկա կամ գործիք, որն օգտագործվում է այլ ուսումնասիրությունների համար, աշխատությունների շարքում, սակայն մեր կարծիքով այս թեման դեռևս սպառված չէ: Գոյություն ունեցող դասակարգումների բնորոշ սխալները հանդիսանում են առանձնացված տեխնոլոգիաների ծավալների կրճատումը և անհետևողականությունը: Օրինակ, ինչպես շարադրված տեխնոլոգիաները դիտարկում են «հասարակական աջակցության ձևավորում» և «առանձնահատուկ միջոցառումների կազմակերպում» այն դեպքում, որ հասարակական աջակցությունը ստեղծվում է այդ թվում առանձնահատուկ միջոցառումների օգնությամբ:

Մյուս ուսումնասիրությունների մեջ առանձնացվում են անբարո տեխնոլոգիաներ: Միևնույն ժամանակ, astroturfing, որը ուսումնասիրության հեղինակների կողմից առանձնացված է, հանդիսանում է grassroots, agreenwashing անբարեխիղճ տարատեսակը, կամ այսպես կոչված «կանաչ քողարկում», իրենից ներկայացնում է կորպորատիվային սոցիալական պատասխանատվության տեխնոլոգիաների չարաշահում: Հաճախ նաև խախտվում է դասակարգման համաչափությունը. GR-տեխնոլոգիաների թվում հասկացություններ են մտնում, որոնք արտացոլում են խնդիրները կամ գործունեության բնութագրերը («դրական իմիջի

¹⁰ Гавра Д.П. Социально-коммуникативные технологии: сущность, структура, функции // Петербургская школа PR и рекламы: от теории к практике. Вып. 1: Сб. статей / Отв. ред. А.Д. Кривоносов. СПб, 2003. С. 30.

դիրքավորումը իշխանական կառուցվածքների ներկայացուցիչների միջավայրում»¹¹, «պետական ծառայությունների ավելացում»¹², «պետական ֆինանսավորման ստացում»¹³) («օպերատիվ արձագանքում հասարակական կարծիքին»¹⁴): Վերջապես, խնդիրներ են ծագում օգտագործվող տերմինաբանության հետ: Մի կողմից, ոչ միշտ են կոռեկտ ընտրվում նշանակությունները: Օրինակ, «իշխանության մարմինների հետ համագործակցության» տակ հեղինակները, հավանաբար, հասկանում են անմիջական միջանձնային հարաբերություններ իշխանության մարմինների ներկայացուցիչների հետ: Մյուս կողմից, միևնույն տեխնոլոգիաները տարբեր ուսումնասիրությունների մեջ նշանակվում են տարբեր տերմիններով. այն, ինչը «GR. կապերը պետության հետ» ձեռնարկի մեջ կոչվում է «քաղաքական առաջարկների և հանձնարարականների մշակում», Ս. Յու. Չիմարովը նշանակում է, որպես «ներգրավվածություն աշխատանքային խմբերի և հանձնաժողովների գործունեության մեջ», իսկ լրբբիզմի ինստիտուտի հետազոտողների թիմերը՝ մոնիտորինգով և նորմատիվային ակտով՝ НПА: Նրանց «GR-վերլուծությունը» մոտ է «պետական քաղաքականության մոնիտորինգի և իշխանության մարմինների գործունեության» Լ. Վ. Սմորգունովի խմբագրությամբ ձեռնարկի հեղինակներին, իսկ ռազմավարական պլանավորումը կարող է անվանվել «ֆորսայթ» և իրենից ներկայացնել երկարաժամկետ պլանավորում, իսկ կարող է նշանակել որպես առաջնային նպատակ GR- «GPR խնդրների՝ նպատակների սահմանում»:

Մեր կարծիքով, գոյություն ունեցող դասակարգման նշված թերությունների պատճառներից մեկը հանդիսանում է նրանց թերությունների մեթոդաբանությունը: Հիմքում դրված են GR- մասնագետների գործունեության տեսակները, ինչը կարելի է անվանել «կայացման հատկանիշ»: Դասակարգման նկատմամբ այդպիսի մոտեցումը մենք կնշանակենք որպես կայացում: Հայրենական գիտության մեջ կայացումը ավանդաբար կապվում է մարքսիստական փիլիսոփայության հետ, որը մարդուն նկարագրում է որպես արտաքին աշխարհի առարկաներ արտադրող էակ (աշխատանքի գործիքների) և ադ գործունեության միջոցով՝ ինքն իրեն ստեղծող:

¹¹ GR: теория и практика.

¹² GR-связи с государством. Теория, практика и механизмы взаимодействия бизнеса и гражданского общества с государством.

¹³ GR: теория и практика.

¹⁴ Чимаров С.Ю. Указ. соч.

Կայացման հասկացության տակ գոյություն ունեն սկզբունքային տարբերություններ, մենք տվյալ աշխատության շրջանակներում կհասկանանք այն որպես սուբյեկտի սոցիալ-հոգեբանական ուսումնասիրությունների մեթոդաբանությունը այն գործողությունների ուսումնասիրության միջոցով, որը կատարվում է օբյեկտի վրա տվյալ սուբյեկտի կողմից: GR-տեխնոլոգիաների այդպիսի ձևով կառուցված նկարագրությունը օժտված է ճշմարտությունը ապացուցելու անկասկածելի արժանապատվությամբ. դասակարգման հեղինակները մեզ են ներկայացնում GR-մասնագետների գործունեության դիտարկումների արդյունքը: Սակայն գործունեության մոտեցման մեջ կամ կայացմանը ուղղված գործողությունների պրոցեսը ունի նաև թույլ կողմ, որը կայանում է այս կամ այն տեսակի գործունեության առանձնացման համար տրամաբանական հիմքի բացակայության մեջ:

Գործունեության մոտեցմանը (կայացմանը ուղղված գործունեության պրոցեսին) մենք հակադրում ենք հաղորդակցականը: Հաշվի առնելով, որ հաղորդակցությունը կարող է մեկնաբանվել որպես գործունեության տեսակ, հաղորդակցական մոտեցման սկզբունքային տարբերությունը կայանում է երկու սուբյեկտների համագործակցության ուսումնասիրության մեջ, ինչ-որ իմաստի միջնորդավորված հաղորդման մեջ: Այսինքն՝ արտահայտվելով Մ. Բուբերի լեզվով, եթե գործունեության մոտեցումը ներկայացնում է «Ես -Նա» հիմնական բառը, ապա հաղորդակցականը՝ «Ես -Դու»:¹⁵

Մեր կողմից առաջադրված դիրքորոշումը հաստատվում է գիտնականների կարծիքներով, ովքեր խորհրդածում են GR մեջ սկզբնական գործունեության մոտեցումների թերությունների վերաբերյալ; իշխանության նկատմամբ, որպես ներգործության օբյեկտի նկատմամբ վերաբերմունքի անտեղիության վրա է (որպես սուբյեկտ, այսինքն՝ երկխոսության նախաձեռնող հայրենական GR մեջ հանդիսանում է բիզնեսը) մատնանշում է Ի. Վ. Սիդորսկայան: Նա խոսում է խոնարհման աղյուսակը փոխելու հասունացած անհրաժեշտության մասին և հաղորդակցական մոտեցմանը անցնելու մասին, որի համար բնական են երկու սուբյեկտների իրավահավասար հարաբերությունները, որի հետևանքով ներգործության գործընթացը վերածվում է հետևողական և արդյունավետ համագործակցության:¹⁶

¹⁵ Бубер М. Два образа веры. [Сборник / Пер. с нем / Вступ. ст. Г.С. Померанца]. М., 1995.

¹⁶ Сидорская И.В. Government Relations как деятельность и как коммуникация. Из материалов заседаний GR-клуба. Санкт-Петербург, 2015. Апр., 23.

Հաղորդակցության կառուցվածքը հանդիսանում է որպես հիմք GR-տեխնոլոգիաների դասակարգման համար: Հաղորդակցական մոտեցման դիրքից, որի ելակետային կետը հանդիսանում է GR հասկացությունը, որպես առաջին հերթին հաղորդակցական գործունեության PR տեսակ, վերևում նշված գործունեության հատկանիշը ոչ բավարար հիմք է հանդիսանում GR տեխնոլոգիական համալիրի դասակարգման ամուր և տրամաբանական համակարգի ստեղծման համար:

Առաջարկված մոտեցման հիմքում ընկած է Նորբերտ Վիների հաղորդակցության կիբերնետիկական մոդելը,¹⁷ որն իր մեջ ընդգրկում է հաղորդակցական գործընթացի հինգ հիմնական տարրեր.

- տեղեկատվական աղբյուրը,
- հաղորդագրությունը,
- հաղորդագրության հաղորդման ուղին,
- ստացողը,
- հակադարձ կապը:

Ինչպես հայտնի է, Ն. Վիները նույնացրել է «հաղորդակցություն» և «կառավարում» հասկացությունները, և հատկապես դա է թույլ տվել նրան հեռավորություն պահպանել Գ. Լասուելի «քրեստոմատիական» գծային մոդելից, և մոդելավորել երկկողմանի վերահսկելի և կառավարելի գործընթացը՝ գործընթաց, որին մեր պատկերացմամբ ձգտում է գրագետ GR-մասնագետը: Չնայած Գ. Լասուելի հնգյակի մեջ «տպավորություն» տարրի առկայությանը՝ հաղորդակցության արդյունքի, ստացողը հանդես է գալիս բացառապես որպես օբյեկտ, որը ընդունակ է արձագանքելու «ազդակ-հակազդում» սկզբունքո ստացվող տեղեկատվությանը: Մոդելի միակողմանի ուղղվածությունը, գծայնությունը բացառում են նրա օգտագործումը որպես այժմյան դասակարգման հիմքի, քանի որ GR-պրակտիկայում ներգործության պայմանական օբյեկտը՝ իշխանության մարմինը, հանդիսանում է հաղորդակցության իրավահավասար տարր (եթե օժտված չէ կամ չի տիրապետում ավելի մեծ ուժի և նշանակության): Հատկապես այդ պատճառով Ն. Վիների կիբերնետիկական մոդելը, որն արտացոլում է հաղորդակցության գործընթացի

¹⁷ Винер Н. Человек управляющий. СПб, 2001. Цит. по: Основы теории коммуникации: Учеб. пособие / О.Л. Гнатюк. 2-е изд., стер. М., 2012.

կարևոր հանգույցները, մեր հետազոտության նպատակներին ավելի է համապատասխանում: Դրված խնդրին հարմարվելուց հետո մոդելի բոլոր բաղադրիչները արտացոլում են գտել մեր առաջարկած դասակարգման մեջ մի քիչ այլ տեսքով:

Առաջինը այժմյան դասակարգման շրջանակներում նպատակահարմար է բացառել **հաղորդակցության բնութագիրը**¹⁸ հատկանիշների համակարգից, քանի որ տեխնոլոգիան պետք է հատկապես այն հաղորդելու համար: Այլ խոսքով, եթե տեխնոլոգիան՝ հաղորդակցության ուղիների, միջոցների և նպատակների կրկնվող հավաքածուն, ներկայացնենք կայուն կոշտ կառուցվածքի տեսքով՝ շրջանակի, ֆրեյմի, ապա հաղորդումը միշտ կլինի փոփոխական տարր, որն անցնում է այդ անփոփոխ շրջանակի միջով, ինչը նշանակում է, որ նրա հատկությունները նպատակահարմար չէ ամրացնել տեխնոլոգիաների հատկանիշների համակարգում:

Երկրորդը հարկավոր է ուշադրություն դարձնել GR -սուբյեկտների բազիսային և տեխնոլոգիական տարբերության վրա: Ի. Ա. Բիկովի, Ա. Յու. Դորսկու և Օ. Գ. Ֆիլատովայի տված սահմանման համաձայն, տեխնոլոգիական սուբյեկտ է հանդիսանում կատարողը, միևնույն ժամանակ, որպես բազիսային սուբյեկտ, իրենից ներկայացնում է GR-ծառայությունների պատվիրատուն:¹⁸ Պատվիրատուն իր հերթին կարող է լինել տնտեսական գործունեության (կորպորացիա, ընկերություն, միավորում) ինչպես առևտրային, այնպես էլ ոչ առևտրային սուբյեկտ կամ գործարար ասոցիացիա: Վերլուծելով GR սուբյեկտը՝ անհրաժեշտ է հետևյալ հարցին պատասխանել. հաղորդակցությունը արդյո՞ք իրականացվում է հաստիքային GR մասնագետի, միավորման, տնօրենի, բազիսային GR-սուբյեկտի այլ ներկայացուցչի կողմից, թե որոշում է կայացվում լոբբիստներին, խորհրդատուներին, փորձագետներին և այլ տեխնոլոգիական սուբյեկտներին համագործակցության ներգրավելու վերաբերյալ, և սրանով հանդերձ ստեղծվում է արդյո՞ք սուբյեկտի երկդիմություն: Բայց չնայած թվացող նշանակալիությանը՝ ուսումնասիրության գործընթացում պարզաբանվել է, որ սուբյեկտները տարբեր հանգամանքներում կարող են միմյանց փոխարինել: Ակնհայտ է, որ այս փոխադարձ փոխարինելիությունը ոչ միշտ է լիարժեք, բայց այնուհանդերձ, տվյալ չափանիշը սկզբունքային չէ: Այնուամենայնիվ, GR սուբյեկտի պարամետրերի

¹⁸ GR: теория и практика. С. 12.

կարևորությունը պահպանվում է GR հաղորդակցության մոդելների նկարագրության համար: Ակնհայտ է, որ հաղորդակցական մոտեցումը իր մեջ կրնդգրկի հետևյալ տարրերի դիտարկումը:

1. Տեղեկատվության անմիջական ստացողը. իշխանության մարմինների հետ հաղորդակցությունը արդյո՞ք կազմակերպվում է անմիջականորեն, թե GR սուբյեկտը համագործակցության է ներգրավում փորձագետներին, մեդիա, հասարակական կազմակերպություններին, կամ բնակչության ներկայացուցիչներին, սրանով հանդերձ անուղղակի / միջնորդավորված ներգործություն ցուցաբերելով պետական իշխանության մարմինների վրա:

2. Հաղորդակցության ուղու տեսակը. արդյո՞ք հաղորդակցությունը հիմնված է փաստաթղթերի և տեքստի վրա, արդյո՞ք միջնորդավորված է կապի տեխնիկական միջոցներով, թե շփման համար օգտագործվում է իրավիճակային ուղին:

Հաղորդակցության ուղիների համակարգի տեխնոլոգիան միշտ իրենից ներկայացնում է բարդ տեսական և գործնական խնդիր: Քանի որ մեր ուսումնասիրության գլխավոր նպատակը հանդիսանում է GR-տեխնոլոգիաների տրամաբանական դասակարգման կազմումը, ապա հաղորդակցության ուղիների տեխնոլոգիան նույնպես պետք է օժտված լինի հարաբերական կայունությամբ: Հետևաբար, մեր խնդիրը հանդիսանում է ոչ թե տեղեկատվություն հաղորդելու ընդունակ ներկայումս գոյություն ունեցող ուղիների առավելագույն մասնատումը, այլ ուղիների այն տեսակների առանձնացումը, որոնք ընդունակ են սկզբունքորեն փոխելու GR հաղորդագրություն փոփոխականի բովանդակությունը (media is message): Միևնույն ժամանակ ուղիների տեսակներից յուրաքանչյուր կարող է ունենալ որոշակի տարողություն, այսինքն՝ հնարավորություն ունենալ իր մեջ տեղավորելու շփման մի քանի տեսակներ և միջոցներ:¹⁹

Մեր դասակարգման շրջանակներում առավել տրամաբանական է ներկայանում ուղիների համակարգումը Ա. Կ. Սոկոլովի առաջարկած հաղորդակցության տեսակների դասակարգման հիման վրա՝ բանավոր, փաստաթղթային և էլեկտրոնային: ²⁰Նա հիմնվելով հետազոտող Մարշալ Մաքլյուենի ուսմունքի մեթոդաբանական

¹⁹ Основы менеджмента: Учеб. пособие / Под ред. проф. И. Ю. Солдатовой, проф. М.А. Чернышева. М.; Ростов-н/Д, 2006.

²⁰ Соколов А.В. Общая теория социальной коммуникации: Учеб. пособие. СПб, 2002.

սկզբունքների վրա, նկարագրում է չորս պատմական շրջաններ, որոնք ձևավորվել են զանգվածային հաղորդակցության գլխավորող միջոցների ներազդեցության տակ: Այսպես, օրինակ, հնադարյան մշակույթի փուլում մարդը եղել է «լսող», իսկ հաղորդակցության տիրապետող ուղին եղել է բանավոր խոսքը; իսկ հին մշակույթի փուլում մարդը դառնում է խոհամիտ այն պատճառով, որ զբաղվում է տեղեկատվության հիմնական աղբյուրի՝ գրավոր տեքստերի ծածկագրումով և վերծանելով: Նոր մշակույթի փուլում մարդը վերածվում է «դիտողի», իսկ զանգվածային հաղորդակցության գլխավոր միջոցը դառնում են գրքերը և տպագիր հրատարակությունները, որոնք թույլ են տալիս «դիմել զանգվածային անդեմ լսարանին»: Եվ, վերջապես, հետնեմշակույթի փուլը բնութագրվում է նրանով, որ տիրապետող դիրքեր են գրավում կապի էլեկտրական և էլեկտրոնային միջոցները: Նրանց ներգործությունը իրականացվում է ոչ թե առանձին զգայարանների վրա, այլ միաժամանակ մարդու ամբողջ նյարդային համակարգի վրա, և իր հետևից տանում է վերադարձ դեպի հաղորդակցության այն դարաշրջանը, երբ գիրը դեռևս չկար, երբ մարդը շնորհիվ իրականության պատկերացման «իր կենդանի կոնկրետության մեջ <...> ընթացող իրադարձությունների մեջ մասնակցության պատրանք է տեսնում»:

Մ. Մաքլյունի հաղորդակցական դարաշրջանների պարբերականացումը հետաքրքրություն է ներկայացնում մեր ուսումնասիրությունների համար, քանի որ այն բացատրում է փաստաթղթային և էլեկտրոնային հաղորդակցության բաժանման կարևոր չափանիշները: Փաստաթղթային հաղորդակցությունը հիմնվում է արհեստական սրբապատկերային և խորհրդանշանային համակարգերը: Միևնույն ժամանակ, էլեկտրոնային հաղորդակցության առաջացման շարժիչ պատճառ դարձավ ձգտումը դեպի «զգայական հաշվեկշիռը», որը բնութագրական է մինչգրավոր հաղորդակցության դարաշրջանի համար, որի ժամանակ մարդը օգտագործել է բնական հաղորդակցական ուղիները (բանավոր և ոչ բանավոր) և հանդիսացել է իր շուրջը կատարվող իրադարձությունների մասը, «ինչը նպաստել է նրա հոգեկան աշխարհի ներդաշնակ զարգացմանը»: Անմիջականորեն հարկավոր է նշել, որ մինչև այսօր «փաստագրական հաղորդակցություն» և «փաստաթղթային հաղորդակցություն» տերմինների կոռեկտ օգտագործման վերաբերյալ կարծիքները բաժանվում են: Այն դեպքում, երբ Ա. Վ. Սոկոլովը օգտագործում է բացառապես «փաստաթղթային

հաղորդակցություն» տերմինը, իսկ լեզվաբան Ս. Պ. Կուշներուկին ձեռք է տալիս այդ տերմինի հետ միասին նաև օգտագործել «փաստագրական հաղորդակցություն» տերմինը, հետազոտող Գ. Ն. Շվեցովա-Վոդկան լուսաբանում է տվյալ խնդիրը իր «փաստագրական հաղորդակցությունների համակարգը» աշխատության մեջ: Նրա դիրքորոշման համաձայն, «փաստաթղթային հաղորդակցություն» բառակազմությունը նշանակում է հաղորդակցություն, որը կազմված է փաստաթղթերից, այն դեպքում, երբ «փաստագրական» տերմինատարը նշանակում է փաստաթղթի առկայություն «որպես իր կառուցվածքի տարրերից մեկը»: Հետևաբար, հաղորդակցությանը, որը անպայմանորեն օժտված է այլ տարրերով, ավելի կոռեկտ է անվանել փաստագրական, հեղինակը ներկայումս այդ դիրքորոշումն է պահում:

Ելնելով նկարագրված դասակարգումից՝ մենք առաջարկում ենք հիմնվել երեք տեսակի ուղիների վրա՝ իրավիճակային, փաստագրական և էլեկտրոնային:

Խորհելով փաստագրական տեսակի մասին՝ Ս. Վ. Սոկոլովը նրա ներսում առանձնացնում է երկու հիմնական ուղիներ. իրապարակված փաստաթղթերի, որոնք նախատեսված են լայն հասարակական օգտագործման համար, և չիրապարակվածների (այդ թվում չիրապարակվողների), որոնք իրենցից ներկայացնում են ձեռագրեր, մեքենագրեր, գրաֆիկա, գեղանկարչություն: Ելնելով սրանից, եզրակացնում ենք, որ հաղորդակցության փաստագրական տեսակը հսկայական տարողությամբ է օժտված, քանի որ նրա մեջ պետք է ընդգրկվեն նաև PR-տեքստերի բոլոր գոյություն ունեցող տեսակները, օրենքի նախագծերը, նորմատիվային իրավական ակտերը, ինչպես նաև այլ փաստաթղթեր, որոնք կարելի է օգտագործել GR-գործունեության մեջ: Իրավիճակային տեսակը ոչ պակաս տարողունակ է, քանի որ GR մեջ մտնող կազմակերպությունների առանձնահատուկ միջոցառումների ցանկը սահմանափակված է միայն երկու գործոններով. GR ռազմավարությամբ և սուբյեկտի ռեսուրսներով՝ երկխոսության նախաձեռնողի: Էլեկտրոնային տեսակն իր մեջ ընդգրկում է հաղորդակցության բոլոր տեսակները, որոնք միջնորդավորված են համացանցով և կապի այլ տեխնիկական միջոցներով:

3. Հաղորդակցության երկխոսության հնարավորությունը

Հաղորդակցությունը կրում է արդյո՞ք միակողմանի ուղղված բնույթ, թե հակադարձ կապ է հարուցում՝ ձևավորելով երկխոսություն, որի մեջ նախաձեռնությունը անցնում է հրապարակային մարմնին կամ երրորդ անձին:

Հաղորդակցության ընդհանուր տեսության մեջ հակադարձ կապի տակ հասկացվում է ստացողի պատասխան հակազդումը աղբյուրի հաղորդմանը: Ն. Վիները, ուսումնասիրելով կապի համակարգերի մեջ ազդանշանների երկակի համակարգը, ապացուցել է հակադարձ կապի երկու տեսակների գոյությունը. բացասական և դրական՝ կապի համակարգի գոյություն ունեցող վիճակը պահպանող և ուժեղացնող: Սրա հետ մեկտեղ, բացասական հակադարձ կապը Ն. Վիները համարում է ավելի տեղեկատվական, որը ցույց է տալիս «որտեղ և ինչի մեջ է համակարգի սխալները և անկանոնությունը, ինչը չի հասկացել ստացողը, ինչպես ուղղել համակարգը, որպեսզի պահպանվի իր ինքազարգացման և ինքնասատարման վիճակը»,²¹ նշանակում է նաև, որ ընդունակ է բարձացնելու հաղորդակցական գործընթացի արդյունավետությունը:

Քանի որ հաղորդակցական համակարգերի առանձնահատկությունը հանդիսանում է տեղեկատվական-իմաստային փոխանակման վրա նպատակային կողմնորոշումը, նրանցում հակադարձ կապը առանձնահատուկ նշանակություն է ձեռք բերում. հիմնվելով նրա վրա՝ համակարգը կարող է կարգավորել հաղորդումները՝ նպատակներին հասնելու համար: Սրանում է կայանում կիբերնետիկայի կարևորագույն սկզբունքներից մեկը. հակադարձ կապը «ապահովում է գործընթացի արդյունքների հակադարձ ներգործությունը նրա նախագծման վար»:²²

Բացի դրանից, հակադարձ կապը երկխոսական հաղորդակցության պարտադիր պայման է հանդիսանում, որի մասնակիցները պետք է հավասարապես ընդունակ լինեն երկխոսության մեջ ինչպես նախաձեռնությունը պահպանել, այնպես էլ խաղընկերոջը հնարավորություն տալ իրականացնելու իր նպատակը երկխոսության մեջ՝ փոխանցելով նախաձեռնությունը նրա: Այսիսով, հակադարձ կապի առկայությունը անհրաժեշտ պայման է հանդիսանում ոչ միայն երկխոսական հաղորդակցության համար, որին ներհատուկ է սուբյեկտ-սուբյեկտային

²¹ Яковлев И.П. Основы теории коммуникаций. СПб, 2001. С. 33–35. Цит. по: Основы теории коммуникации: учеб. пособие / О.Л. Гнатюк. 2-е изд., стер. М., 2010. С. 113.

²² Яковлев И.П. Основы теории коммуникаций. СПб, 2001. С. 33–35. Цит. по: Основы теории коммуникации: учеб. пособие / О.Л. Гнатюк. 2-е изд., стер. М., 2010. С. 113.

հարաբերությունները, այլև հաղորդակցության այնպիսի սուբյեկտ-օբյեկտային ձևերի, ինչպես ընդօրինակումը և կառավարումը:

Ելնելով վերևում ասվածից՝ կարելի է եզրակացնել, որ GR-հաղորդակցության մեջ երկխոսություն ստեղծող դրական հակադարձ կապը, որի մեջ նախաձեռնությունը անցնում է հրապարակային մարմնին կամ երրորդ անձին, ունի ոչ պակաս նշանակություն, քան բացասական հակադարձ կապը, որը իր հետևից ներգրավում է GR-հաղորդագրության հաղորդման տեխնոլոգիաների կամ բովանդակության վերանայում և նորացում: Իսկ իրական հատկանիշը, որը որոշում է գործունեության պատկանելիությունը այս կամ այն տեխնոլոգիային, հանդիսանում է GR-սուբյեկտի համար ակնհայտ հակադարձ կապի առկայությունը, որը նախաձեռնում է հաղորդակցության գործընթացը՝ երկխոսությունը: Այն դեպքում, երբ հաղորդակցությունը հակադարձ կապ է ստեղծում, ինչպես դրական, այնպես էլ բացասական-նախաձեռնող սուբյեկտը զարգացնում է հաղորդակցության հետագա համակարգը՝ հաշվի առնելով ստացված հակադարձ կապը; իսկ եթե հաղորդակցությունը մեկ ուղղվածություն ունի, անհնար է բարձրացնել նրա արդյունավետությունը՝ կապված ռեակցիայի անորոշության հետ և հաղորդումը ստացողի արձագանքի բացակայության հետ: Վերոհիշյալ բաղադրիչների վերլուծության հիման վրա մենք ներկայացնում ենք ամփոփիչ աղյուսակ (Հավելված 1), որտեղ տեղեկատվություն է պարունակվում գոյություն ունեցող տեխնոլոգիաների վերաբերյալ, նրանց հիմնական կազմավորման հատկանիշների, ինչպես նաև գործունեության այն տեսակների վերաբերյալ, որոնք կիրառվում են այս կամ այն տեխնոլոգիաների դեպքում:

Ինչպես երևում է աղյուսակից, ուղու հատկանիշը միշտ կամավոր է ընտրված տեխնոլոգիայի համար: Ուսումնասիրությունը ցույց է տվել, որ ուղու տեսակը սկզբունքային է գործունեության տեսակի ընտրության համար՝ մեկ տեխնոլոգիայի շրջանակներում: Ուղիները փոփոխվում են՝ կապված GR հաղորդակցության պատվիրատուի ռեսուրսներից, դրված նպատակներից և խնդիրներից, ինչպես նաև ընտրված GR ռազմավարության տևողությունից և այլ գործոններից:

Դասակարգման նկատմամբ առաջարկվող մոտեցումը թույլ է տալիս հայտնաբերել յուրաքանչյուր GR տեխնոլոգիայի ձևավորվող հատկանիշները, որոնք

բոլորը միասին իրենցից ներկայացնում են GR տեխնոլոգիաները կայուն և տրամաբանական համակարգ:

Իշխանության մարմինների հետ ուղիղ համագործակցության դեպքում հաղորդումը միշտ կկազմվի պետության ներկայացուցիչների հաշվարկի վրա, հաղորդակցությունը կիրականացվի անձնամբ նրանց հետ: Տեխնոլոգիան որոշող մյուս հատկանիշը՝ առավելագույն օպերատիվ, ակնհայտ հակադարձ կապն է, այս տեխնոլոգիան տեղավորում է գազաթին, որը գերադասում են հայրենական մասնագետները:

Իրացնելով տվյալ տեխնոլոգիան իրավիճակային ուղու միջոցով՝ մենք ուղիղ բանակցություններ ենք ստանում կամ անձնական շփում, այդ թվում՝ ոչ պաշտոնական իրավիճակում: Այդ նույն տեխնոլոգիան փաստագրական ուղիով կատարելու դեպքում GR-սուբյեկտը կարող է դիմել գրավոր դիմում կազմելուն: Ընդ որում, հարկավոր է նկատել, որ բիզնես-սուբյեկտը կարող է դիմել պետական իշխանության մարմիններին՝ ցանկացած բովանդակության տեքստով, բայց այն դեպքերում, երբ դիմումը նրան է վերաբերվում, իշխանության մարմնի ներկայացուցիչները պարտավոր են պատասխանել օրենսդրությանը համապատասխան: Իսկ եթե տվյալ տեխնոլոգիայի շրջանակներում պլանավորվում է հաղորդակցության էլեկտրոնային միջոցների կիրառում, ապա հարմար են Skype-ը, նամակագրությունը փոստով և միջանձնային հաղորդակցության այլ էլեկտրոնային միջոցներ, որոնք չեն ենթադրում երրորդ անձանց մասնակցությունը:

Հարկավոր է նաև նշել, որ իշխանության մարմինների հետ ուղիղ համագործակցությանն ենք դասում նաև քաղաքական գործունեության աջակցությունը, որը իր հերթին լինում է ինչպես թափանցիկ, այնպես էլ քողարկված, որի հետ կապված իրականում յուրաքանչյուր ուղու տարողությունը որոշվում է պատվիրատուի պատասխանատվության և օրինավորության աստիճանով:

2.2 «Government Relations» -ը որպես իշխանության և բիզնեսի համագործակցության ինստիտուցիոնալ ձևաչափ

Աշխարհում ամեն ինչ փոփոխական է, կարելի է վիճաբանել միայն փոփոխությունների սցենարի վերաբերյալ, արդյո՞ք այս փոփոխությունները իրենց մեջ կրում նե տարերային քառասյին անկարգություններ, թե նրանցում թաքնված է գաղտնի կարգավորված իմաստ: Փոփոխությունները գնում են գծային առաջընթաց կամ պարույրաձև, միայն փոխելով նախկին ծանոթ իրերի որակը և բնութագիրը: Փոփոխություններից ապահովագրված չէ հասարակական աշխարհակարգի ոչ մի բնագավառը, այդպես է նաև իշխանության հետ բիզնեսի համագործակցության բնագավառում, որտեղ հետևում են որոշակի որակական փոփոխություններ, որոնք անհրաժեշտ է ուսումնասիրել և քննարկել գիտական ընկերություններում, սրանով հանդերձ նպաստելով հասկանալու իշխանության և հասարակության միջև համագործակցության բնույթը, ինչպես նաև նրա այն կարևոր խմբի՝ բիզնեսի ներկայացուցիչների միջև, ովքեր իրենց հարկերով լցնում են պետական բյուջեն, դրանով էլ ապահովելով բյուրակրոտական մեքենայի և հենց պետության գոյությունը:

Իհարկե, անհրաժեշտ է նաև նշել, որ բիզնեսի գոյությունը ևս անհնարին կլինի առանց կայուն պետության, նորմերի և կանոնների, որը իրականացվում է բազմազգ ժողովուրդ ունեցող երկրներում առանց նրա հարուստ բնական պաշարների: Բիզնեսի հետ իշխանության հարաբերությունների մեխանիզմը հասկանալը դատարկ հարց չէ, «հասարակություն-բիզնես» տրիադայի մեջ շահերի հաշվեկշռի որոնումը միշտ հրատապ է մնում բոլոր պատմական ժամանակաշրջաններում և բոլոր քաղաքական հասարակարգերում: Այդ հարբերությունների ստեղծման և ամրապնդման համար այժյան բիզնես կառուցվածքների կողմից կիրառվում է իշխանության ներկայացուցիչների հետ փոխհարաբերություններում՝ «GR»-ը (համագործակցություն իշխանության պետական մարմինների հետ): GR գործունեությանմեջ օգտագործվում են մի շարք գործիքակազմեր, որոնցից ամենաարդյունավետներից մեկն էլ հենց լոբբիզմն է: Լոբբիզմի սուբյեկտներից մեկը դարձել է բիզնեսը, քանի որ ներկայումս միայն խոշոր բիզնես կառուցվածքները և ձեռնարկատերերի արհմիություններն են ի

վրճակի թանկարժեք միջոցառումներ անցկացնելու՝ իշխանության առաջ իրենց շահերը պաշտպանելու համար: Բիզնեսի և իշխանության համագործակցությունը պատմական հետադարձի մեջ գալիս է ամենավաղ ժամանակներից, երբ որոշակի տարածքի վրա երևան է եկել «առաջնորդը» այդ բառի լայն իմաստով, ով օրինական սկզբունքով կարողացել է կատարել իշխանական հարկադիր լիազորությունները և նրա կարգադրություններին ենթակաները՝ «հասարակական պայմանագրի» ուժով նրա հայրենակիցները, որոնք շարքերում միշտ եղել են ունևոր արհեստավորները, կապիտալների տերերը, ովքեր իրենց ավելի ինքնուրույն էին զգում, քանի որ ավելի շատ հարկեր են վճարում և ունեն նյութական պաշարներ, որպեսզի ազդեն իրենց շահերը բավարարող որոշումների ընդունման վրա: Ունևոր մարդկանց հատուկ վիճակը (մենթալությունը) այժմ նույնպես գոյություն ունի, բայց խոշոր կապիտալի նկատմամբ խաղի կանոնները և «առաջնորդի» դիրքը տարբեր պատմական ժամանակներում փոփոխություններ են կրել:

Իր պաշտոնական ձևակերպումը լրբբիզմը, որպես արհեստավարժ աշխատավորների՝ լրբբիստների օրինական գործունեություն, առավել հաճախ խոշոր բիզնեսի կողմից վարձվում է իշխանության առջև իր կորպորատիվ շահերը պաշտպանելու համար, ստացել է ԱՄՆ-ում 20-րդ դարի երկրորդ կեսի վերջին, և աստիճանաբար իր գործելու սկզբունքները, գաղափարական հիմքերը և օրենսդրական նորմերի մի մասը ընդունվել և տարածվել են առաջին հերթին անգլոսաքսոնական աշխարհում. Մեծ Բրիտանիա, Կանադա, լրբբիզմը տարածում է ստացել նաև Արևմտյան Եվրոպայի երկրներում: ԱՄՆ-ում լրբբիզմի ինստիտուցիոնալացման հիմքը դարձավ 1946թ. ընդունված «Լրբբիստական գործունեության գրանցման վերաբերյալ օրենքը»: Օրենքի մեջ առաջին անգամ փորձ կատարվեց իրավաբանորեն որոշելու լրբբիստներ հանդիսացող անձանց շրջանակը և արձանագրելու նրանց գործունեության արդյունքը: Օրենքի համաձայն լրբբիստը նա է, ով անմիջականորեն կամ իր ներկայացուցիչների, ծառայողների կամ այլ անձանց միջոցով հավաքում կամ ստանում է դրամական միջոցներ կամ այլ արժեքներ՝ օգտագործելու նպատակով գլխավորապես հետևյալ խնդիրներից որևէ մեկին հասնելու համար.

ա) ԱՄՆ Կոնգրեսի կողմից որևէ օրեստորակա ակտի ընդունում կամ մերժում; բ) անմիջականորեն կամ կողմնակիորեն ազդել ԱՄՆ Կոնգրեսի կողմից որևէ օրեստորակա ակտի ընդունման կամ մերժման վրա: Օրենքում ամրագրված լրբիստների և նրանց գործունեության սահմանումը երկար ժամանակ ընդհանուր շրջանառության մեջ է դրված ինչպես ԱՄՆ-ում, այնպես էլ այլ երկրներում:

Ներկայումս գիտահետազոտական գրականության մեջ ընդարձակ նյութ է կուտակված լրբիզմի թեմայով, սակայն արտասահմանյան և գիտական շրջանակներում բացակայում է «լրբիզմ» տերմինի միասնական մեկնաբանությունը: Իրերի այդպիսի դրվածքը հնարավոր է դարձել լրբիզմի բազմազան պրակտիկայի գոյության հետևանքով, տարբեր երկրներում ընդ կազմակերպման, ինչպես նաև հենց գիտնականների մոտեցումների տարբերության հետևանքով, այդպիսի ընդլայնված սոցիալ-քաղաքական երևույթի հետազոտման նկատմամբ, ինչպես լրբիզմն է:

Ռուս հայտնի իրավ. գիտ. դոկտոր Ա. Ս. Ավտոնոմովի առաջարկել է իր «լրբիզմ» սահմանումը՝ «Ոչ պետական կազմակերպությունների ներկայացուցիչների գործողություններն են պետական մարմինների ներկայացուցիչների և տեղական ինքնակառավարման մարմինների ներկայացուցիչների հետ շփումների ընթացքում իշխանության մարմինների կողմից սոցիալական խմբերի շահերին համապատասխանող որոշումների ընդունմանը հասնելու նպատակով (կամ չընդունմանը)»: Լրբիզմի իր սահմանման մեջ Ա. Ս. Ավտոնոմովն ընդգծում է, որ իշխանության և տեղական ինքնակառավարման մարմինների վրա պետք է ազդեցություն գործեն միայն ոչ պետական կազմակերպությունների ներկայացուցիչները, սրանով է հետազոտողը սուբյեկտների պարտադիր հավաքակազմ է սահմանում լրբիզմի գործընթացի մեջ՝ պետական և ոչ պետական կառուցվածքների ներկայացուցիչներ, մասնակիցներից մեկի բացակայությունը մեզ թույլ չի տալիս բնութագրելու գործընթացները՝ որպես իրենց շահերի պաշտպանության լրբիստական գործունեություն: Որպես լրբիստներ դիտարկել «պատգմավորական խմբերին», իշխանության պետական մարմինների ներկայացուցիչներին և տեղական ինքնակառավարման մարմինների ներկայացուցիչներին, Ա. Ս. Ավտոնոմովը համարում է ոչ կոռեկտ, քանի որ լրբիստական գործունեության մասնակիցների ընդարձակման մեկնաբանությունը լրբիզմի ինստիտուտին զրկում է առանձնահատկությունից և

պետական իշխանության ներկայացուցիչների հետ յուրաքանչյուր շփում կարող է դիտվել որպես լրբբիզմի գործընթաց:

Հետևաբար, խիստ կարևոր է լրբբիզմի եղած սահմանմանը ավելացնել կարևոր մեկնաբանություն այն մասին, որ ոչ պետական կազմակերպությունների ներկայացուցիչների գործողությունները իշխանության պետական մարմինների և տեղական ինքնակառավարման մարմինների ներկայացուցիչների հետ շփումների ժամանակ կրում են բացառապես օրինական և պայմանական բնույթ: Տվյալ մեկնաբանությունը, որը պետք է մտնի «լրբբիզմի» սահմանման մեջ, խիստ կարևոր է: Օրինակ Ռուսաստանում լրբբիստների և ամբողջ լրբբիստական գործունեության իմիջը 1990-ականների կեսերին լրջորեն վարկաբերկված էր, իսկ իշխանության ներկայացուցիչների առջև իրենց շահերի պաշտպանությունը խոշոր բիզնեսի կողմից առավել հաճախ կրում էր կոռուպցիոն քրեական հանցանքի բնույթ: Իշխանության ներկայացուցիչների և լրբբիստների համագործակցության ժամանակ պայմանավորվածության վերաբերյալ խոսքերի առկայությունը կարող է նպաստել հասարակության մեջ, ինչպես նաև իշխանական կառուցվածքների որոշ ներկայացուցիչների մոտ լրբբիստական գործունեությունը ընկալելու որպես ժողովրդավարական պետության մեջ հասարակական խմբերի շահերի ներկայացման օրինական ինստիտուտի:

Ներկայումս Ռուսաստանում նկատվում է լրբբիզմի պրակտիկայից հեռանալու գործընթացը, որը հիմնված է լրբբիստների և իշխանության պետական մարմինների ղեկավարների միջև «անձնական վստահելի» հարաբերությունների վրա, և փոխվում են լրբբիստական գործունեության վարման մեթոդները ու միջոցները:

Հետազոտողները և պրակտիկները նշում են, որ լրբբիզմի մեջ՝ որպես ինստիտուտի, առանձնացվում է և լրբբիստական գործունեության մեջ մշտապես պահանջված է դառնում այն գործիքը, որն իրական պրակտիկայում և անգլոլեզու գիտական աղբյուրներում ստացել է government relations (GR) անվանումը, որը ուսերեն թարգմանված նշանակում է «համագործակցություն պետական մարմինների հետ»: GR տերմինը առաջին հերթին հաստատվել է բիզնեսում, աշխատանքի շուկայում ի հայտ են եկել թափուր պաշտոններ՝ տվյալ հապավման օգտագործումով:

խորհրդականներ, վարչությունների և բաժինների ղեկավարներ՝ պետական իշխանության մարմինների հետ համագործակցության հարցերով, մենեջերներ:

Լոբբիզմի հարցերի ուսումնասիրությանը նվիրված գիտական աշխատություններում նույնպես օգտագործելի են դարձել GR տերմինը և հապավումը: Հաճախ ուսումնասիրողները տարբեր իմաստների մեջ տվյալ տերմինը սխալմամբ օգտագործելով, հավասարության նշան են դնում լոբբիզմ և GR հասկացությունների միջև: Այսպես, Վ. Ն. Կոնիշևը և Ա. Ա. Սերգունինը լոբբիզմի տերմինաբանական ապարատի դիտարկմանը նվիրված հոդվածում բավականին մանրամասնորեն են կանգ առնում «լոբբիզմ» և GR հասկացությունների իմաստային բաժանման խնդրի վրա:

Ուսումնասիրողները իրենց աշխատության մեջ նշում են. «լոբբիզմ» և GR տերմինների տարբերությունը հիմնվում է նրանց ծագումնատեսակային վերլուծության վրա. GR-ը ընդհանուր մենեջմենթի բնագավառն է, իսկ լոբբիզմը՝ ուղի, ինտերֆեյս, հասարակության ինստիտուտ, որի միջոցով կազմակերպությունները ջանում են հաղորդել իրենց որոշումները: Այլ խոսքերով, GR-ը ընդհանուր մենեջմենթի բնագավառ է, իսկ լոբբիզմը՝ տեխնոլոգիա:

Հեղինակների հետ կարելի է ամբողջովին համաձայնվել, բայց հետխորհրդային երկրների իրականության մեջ GR դեռևս ոչ այնքան լայնորեն է տարածված բիզնես պրակտիկայում, իշխանության պետական մարմինների հետ համագործակցության հարցերով արհեստավարժ բիզնեսի հաստիքների մեջ, ներկայումս անշահութաբեր է համարվում: Օրինակ բերելով, կարող ենք փաստել, որ Ռուսաստանի խոշոր ընկերությունները ձգտում են նաև համալրել իրենց աշխատակիցների հաստիքները GR մասնագետներով՝ իշխանության պետական մարմինների ներկայացուցիչների հետ անհրաժեշտ և անմիջական շփումների համար, առավել հաճախ դա նախագծային գործունեություն է, պետական պայմանագրերի կատարման հետ կապված աշխատանք, կամ պետական իշխանության մարմիններում իրենց շահերի լոբբիզմի համար: 20-րդ դարի 90-ականներից հետո առևտրային ընկերությունների ղեկավարների մոտ կայուն ընկալում էր ձևավորվել, որ իշխանության մարմինների ներկայացուցիչները կարող են միայն վնասել իրենց ընկերությունների զարգացմանը, խլել ծաղկող բիզնեսը: Շատ ձեռնարկատերեր համարում են, որ իշխանության

պետական մարմինների աշխատակիցների հետ շփումների մինիմալացումը դա բիզնեսի զարգացման լավագույն ուղին է: Այսպիսով, բիզնեսի ներկայացուցիչները իշխանության հետ համագործակցության մեջ են միայն խիստ անհրաժեշտության դեպքում, որը հիմնականում հանգում է իրենց շահերի լրբբիզմին, իսկ GR- ուղղությունը միավորումներում խաղում է գործիքի դերը՝ առևտրային շահերի պաշտպանության արդյունավետ գործընթացի ապահովման գործում: Կառավարչական տեխնոլոգիաների դիրքերից հետազոտող Ս. Ա. Կուլակովը GR սահմանում է հետևյալ կերպ. «Հաղորդակցական մենեջմենթի ուղղություններից մեկն է, որի նպատակը հանդիսանում է կազմակերպության սեփական շահերի համաձայնությունը տարբեր մակարդակի պետական և կայուն զարգացում ապահովելու համար»:

Բայց ներկայումս իշխանության և բիզնեսի համագործակցության բնագավառում գործերի վիճակը աստիճանաբար փոխվում է և GR գործունեությունը դառնում է ավելի քան անհրաժեշտ: Առևտրային խնդիրների լուծման համար իշխանության հետ բիզնեսի ներկայացուցիչների հազվադեպ տարերային համագործակցությունից անցում է կատարվում բիզնեսի և իշխանության մշտական փորձագիտական համագործակցությանը՝ կարգավորիչ պետական միջոցառումների լավացման հարցերով, բիզնեսի դիրքերի բարելավման հարցերով՝ մասնակից երկրների համար բաց տեղական շուկայում, ինչպես նաև պետական պատվերների կատարման մեջ առևտարյին ընկերությունների մասնակցության հարցերով:

Իշխանության կողմից համագործակցության ձևաչափի փոփոխությունը առաջին հերթին կապված է նրա հետ, որ իշխանության մոտ հետաքրքրություն է առաջացնում երկրի սոցիալական ոլորտում և արդյունաբերության մեջ խոշոր տնտեսական նախագծերի իրականացման մասնակցության մեջ բիզնեսի ներկայացուցիչների ներգրավվածության նկատմամբ: Իշխանությունը արդեն ամբողջ ծավալով չի կարող բավարարել բիզնեսի կողմից երկրի բյուջե կատարվող հարկային վճարումները, իշխանության ներկայացուցիչները ձգտում են բացատրել խոշոր բիզնեսին նրա սոցիալական պատասխանատվությունը իրենց աշխատողների և մարզերի բնակիչների նկատմամբ, որտեղ տեղակայված են նաև հիմնական արտադրական հզորությունները, կապիտալը: Սա թույլ է տալիս նաև, որ բարձրագույն իշխանությունը խոշոր բիզնեսին տա այն միտքը, որ ցանկացած երկիր, որտեղ իրենց

գործունեությունն են ծավալում բիզնես ոլոստի ներկայացուցիչները դա միայն եկամուտներ ստանալու տարածք չէ, որոնք այնուհետև բիզնեսի ներկայացուցիչները վերածելու են հաշիվների՝ արտասահմանյան բանկերում, այլ դա առաջին հերթին իրենց հայրենիքն է, որտեղ իրենց ընտանիքներն են և ընտանեկան օջախը, որտեղ բոլոր անհրաժեշտ պայմաններն են ստեղծվում ֆինանսական ակտիվների և տնտեսության իրական հատվածի մեջ հեռանկարային ներդրումների անվտանգ պահպանման համար: Այս բոլորը իշխանության ներկայացուցիչներից պահանջում է ավելի հարգալից մոտեցում բիզնեսի ներկայացուցիչների նկատմամբ, երկխոսության որակապես նոր ձևաչափի կառուցում, երբ պետական կառույցների ներկայացուցիչները տարբեր հասարակական և փորձագիտական հարթակներում իրականացնեն որևէ նորմատիվային իրավական նախաձեռնության բացատրություն, այդ թվում՝ բացատրություններ իրականացնեն հենց գերատեսչություններում, կատարեն այսպես կոչված միջգերատեսչական հասարակական խորհուրդների և խորհրդատվության պրակտիկա:

Իշխանության ընտրած երկխոսության ձևաչափը ենթադրում է նաև բիզնեսի և հասարակայնության կողմից մրցակցային կարծիքի առկայություն, սրանով էլ առևտրային կառույցների ներկայացուցիչները ներքաշվում են իշխանության ներկայացուցիչների հետ մշտական համագործակցության գործընթացի մեջ, ինչը շահագրգռված բիզնեսից պահանջում է կազմակերպել իրենց ընկերություններում մասնագիտական կառույցներ՝ պետական հատվածի ներկայացուցիչների հետ համագործակցության հարցերով, դրանք, ինչպես արդեն նշել ենք GR գործունեության զանազան բաժինները և վարչություններն են: Կարող ենք փաստել, որ Հայաստանի Հանրապետությունում պետություն- բիզնես երկխոսության և համագործակցության հարթակ է հանդիսանում ՀՀ Առևտրաարդյունաբերական պլատո, Երևան քաղաքի առևտրաարդյունավերական պալատը: ՀՀ ԱԱՊ-ն ներկայացնում է բոլոր գործարարների շահերը, հատկապես աջակցում փոքր և միջին բիզնեսին, որը կայացման ու հզորանալու, արտաքին շուկաներ դուրս գալու խնդիրներ ունի: Հիմնական նպատակն է աջակցել Հայաստանի տնտեսության զարգացմանը և դրա ինտեգրմանը համաշխարհային տնտեսությանը, ապահովել բարենպաստ պայմաններ գործարարության զարգացման համար, օժանդակել տնտեսվարող սուբյեկտներին

փոխշահավետ համագործակցություն հաստատելու արտասահմանյան գործընկերների հետ: Միջազգային փորձը վկայում է, որ պալատների լավ կազմակերպված համակարգը լուրջ գործոն է հանդիսանում տվյալ տարածաշրջանի տնտեսության զարգացման համար: ՀՀ ԱԱՊ շրջանակներում գործում են նաև երկկողմ պալատներ և ասոցիացիաներ արտասահմանում, որոնք հաստատում են նոր բիզնես կապերի և կարող ենք ասել համարվում են միջազգային GR պատասխանատուներ, որոնք իրականացնում են նաև լոբբինգ:

GR ստորաբաժանումների աշխատակիցները վարձակալվում են աշխատանքի՝ իրականացնելու իրենց ամենօրյա մասնագիտական գործունեությունը, նրանք կոչված են արդյունավետ կազմակերպելու պետական իշխանության մարմինների հետ ընկերության աշխատակիցների համագործակցության գործընթացը, որի դիմաց նրանք ստանում են ամրագրված աշխատավարձ, որը արտացոլված է աշխատանքային պայմանագրի մեջ: GR- ով զբաղվող ստորաբաժանման աշխատակցի աշխատանքի պայմանները էականորեն տարբերվում են արհեստավարժ լոբբիստի աշխատանքային գործունեության պայմաններից: Լոբբիստը, որպես կանոն, վարձվում է առևտրային ընկերության կողմից հատուկ պայմաններով, որը պայմանագրով ամրագրված է նրա և ընկերության միջև, իր գործունեության դիմաց նա ստանում է հոնորար, առավել հաճախ լոբբիստի գործունեությունը նախագծային է, կարճաժամկետ: Եթե լոբբիստը հրավիրված է աշխատելու նախագծի վրա՝ առևտրային ընկերությունում, որտեղ պետական մարմինների հետ համագործակցության ստորաբաժանում գոյություն ունի, ապա տվյալ ստորաբաժանման աշխատակիցները ցուցաբերում են ամբողջ անհրաժեշտ օգնությունը, որը կարող է պետք գալ լոբբիստին դրված խնդիրների լուծման համար: Ռուս ուսումնասիրողներ Վ. Ն. Կոնիշևը, Ա. Ա» Սերգունինը այսպես են բնութագրում լոբբիստների և GR մասնագետների համագործակցությունը. «Լոբբիստները իրենց վրա են վերցնում անմիջականորեն առաջ մղվող շահերի առավել բարդ դերը, իսկ GR մենեջերները նրանց տեղեկատվություն են մատակարարում, համաձայնեցնում և սատարում են նրանց գործունեությանը: Փաստորեն, աշխատելով հանգույցում, այս երկու մասնագիտությունների ներկայացուցիչները կատարում են մեկ ընթացակարգ՝

լաբբիացնում են միայն, պատկերավոր արտահայտված, մասնագետներ մի մասը «կրակում են», մյուսները՝ «բերում են փամփուշտները»»:

Լոբբիստական պրակտիկայում առանձնացվել է կարևոր բաղադրիչը՝ իշխանության պետական մարմինների ներկայացուցիչների հետ առևտրային կառույցների աշխատակիցների համագործակցության մշտական գործունեությունը, GR գործունեությունը: Ընկերության աշխատակիցների գործունեության այս ձևը ապահովում է կառավարելու կարգավորիչ ռիսկերը ընկերության համար նրանց հետևանքները կրճատելու նպատակով և պահելու հարմարավետ հարաբերությունները առևտրային կառույցների և պետական գերատեսչությունների ներկայացուցիչների միջև: Դ. Ս. Բելովը նշում է հետևյալ խնդիրները, որոնք լուծում են ընկերության մեջ պետական իշխանության մարմինների հետ համագործակցության հարցերով կառույցը, որը զբաղվում է կարգավորիչ ռիսկերով. «ռիսկերի հայտնաբերում, պոտենցիալ սպառնալիքների և իրականության գնահատում, որոնք ձևավորվում են ռիսկերով; ռիսկերի աղբյուրների և գործունեության բնագավառի որոշումը, որոնց նրանք դիպչում են; հանձնարարականների առաջարկում՝ ռիսկային իրավիճակի նվազեցման հավանականության ռազմավարության ընտրության հարցով կառավարչական որոշումներ ընդունելու համար; ռիսկերի կառավարման գործունեության զարգացում՝ նրանց հետևանքները մինիմալացնելու նպատակով»: Առևտրային ընկերությունների GR ստորաբաժանումների գործունեության արդյունավետությունը ամբողջովին կախված է ֆունկցիաների կատարման արհեստավարժությունից; մշտական ռեժիմում պետական իշխանության կարևոր մարմինների գործունեության մոնիտորինգ; ստացված տեղեկատվության վերլուծություն, նրա մեկնաբանությունը՝ համաձայն ընկերության շահերի; համագործակցություն ընկերության ներքին ստորաբաժանումների աշխատակիցների հետ, որոնք կախվածության մեջ են գտնվում GR- ուղղությունից; երկարաժամկետ դրական շփումներ սահմանել պետական գերատեսչությունների աշխատակիցների հետ, որոնք ընդգրկված են պետական-կառավարչական որոշումների մշակման և ընդունման գործընթացի մեջ:

Արդյունքները ամփոփոելով կարելի է հավաստել, որ հետխորհրդային երկրներում ներկայումս տեղի է ունենում իշխանության հետ բիզնեսի համագործակցության նախկինում գոյություն ունեցող մոդելները նորով փոխարինելու

գործընթացը, որի հիմքում դրված է համագործակցության ժողովրդավարական մոդելը, իշխանությունը ցանկանում է կառուցել և երկխոսություն ծավալել հասարակության բոլոր շահագրգիռ խմբերի հետ, որտեղ իշխանության հետ հաղորդակցության գործընթացում գրավվածությամբ բացահայտ առաջնորդներից մեկը հանդես է գալիս խոշոր բիզնեսը: Լոբբիզմի զարգացման ժամանակակից փուլը նորույթ է հանդիսանում և GR ուղղության առանձնացումը և նրա դերի մեծացումը, իրական բիզնես պրակտիկայում գործունեության տվյալ ուղղությունը պետք է ապահովի իշխանության հետ առևտրային ընկերության արդյունավետ համագործակցությունը: GR ուղղության օգնությամբ, որն իր մեջ բացասական բեռնվածք չի կրում քաղաքացիների գիտակցության մեջ, ի տարբերություն լոբբիզմի, որը ռուսական հասարակության մեջ ընկալվում է խիստ բացասաբար և կապակցվում է կոռուպցիայի հետ պետական ապարատի մեջ, կարելի է սկսել վերջինի աստիճանական վերականգնման գործընթացը: 20-րդ դարի 90-ական թվականներին տեղի ունեցավ խորհրդային քաղաքական համակարգի ձևափոխում, սկսվեց շուկայական տնտեսության ձևավորումը, ի հայտ եկան առաջին կոոպերատիվները և խոշոր ձեռնարկատերերը, ովքեր անձնական շփումներ հաստատելով բարձր պաշտոնյաների հետ, ձգտում էին հետագայում իրավունք ստանալ կառավարելու և անձամբ տնօրինելու նախկին սոցիալիստական սեփականությունը: Ահա այստեղից էլ սկիզբ առավ սոցիալական բեվեռվածությունը և կապիալի բաժանման անհավասար բաշխումը: Իշխանության և բիզնեսի ներկայացուցիչների այդ համագործակցությունները այդ ժամանակ գերադասում էին անվանել արտասահմանյան գեղեցիկ լոբբիզմ բառով, բայց էությամբ դա քիչ էր հիշեցնում նրա արևմտյան օրինական նմանօրինակին: GR ուղղությունը կարող է դառնալ քաղաքացիների, իշխանության և բիզնեսի միջև շահերի հավասարակշռության արհեստավարժ որոնման գործիք, իշխանության և բիզնեսի համագործակցության որակյալ մակարդակից է շատ բանով կախված երկրում խոշոր ինֆրակառուցվածքային ազգային նախագծերի իրականացումը, էկոնոմիկայի զարգացումը և նորարարական կողմնորոշումը, և որպես ամբողջական հետևանք՝ տվյալ երկրի ուրույն տեղը աշխարհում:

Գլուխ 3 GR-ը ԵՎ ՔԱՂԱՔԱԿԱՆ ԻՇԽԱՆՈՒԹՅԱՆ ԱՐԴԻԱԿԱՆԱՑՄԱՆ ՀՐԱՄԱՅԱԿԱՆՆԵՐԸ ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՀԱՆՐԱՊԵՏՈՒԹՅՈՒՆՈՒՄ

3.1 GR-ը տեխնոլոգիաների կիրառումը Հայաստանի Հանրապետությունում որպես քաղաքական որոշումների կայացման նախադրյալ

Իշխանական կառավարման համակարգը լուծում է խնդիրները, հաշվի առնելով և համաձայնեցնելով այն բոլոր սոցիալական խմբերի շահերը, որոնց վերաբերվում է այն խնդիրը որը լուծման կարիք ունի: Իշխանությունների խնդիրները լուծելու ունակությունը, քաղաքական որոշումների որակը եւ լեգիտիմությունը որոշվում է սոցիալական համակարգի հետ հաղորդակցման որակից: Պետական քաղաքականության իրականացման մեխանիզմը ներառում է տեխնոլոգիական մեթոդների եւ գործառնական կառավարման մեթոդների կիրառման գործընթացը, պայմանավորված ռազմավարական նպատակների եւ որոշումների կայացման անհրաժեշտությամբ: Պետական քաղաքականությունը իրականացվում է բազմաթիվ մարդկանց գործողությունների համակցությամբ՝կազմակերպելով ինստիտուցիոնալ մեխանիզմի կառավարելի տարրերի փոխգործակցությունը, որոնք ուղղված են զարգացնելու և իրականացնելու ռազմավարական նպատակներ եւ լուծումներ: Հիմնական քաղաքական որոշումները ներառում են Սահմանադրությունը, ծրագրերը, օրենքները: Հասարակության բոլոր անդամների իրավունքները, ինչպես նաեւ օրենսդրական ակտերը եւ խոշոր հասարակական խմբերի շահերի եւ իրավունքների վերաբերյալ կառավարական որոշումները, վարչական որոշումները, որոնք կարգավորում են համեմատաբար փոքր թվով անձանց հարաբերությունները:

Քաղաքական որոշումների կայացման սուբյեկտներ են հանդես գալիս Հայաստանի Հանրապետության Նախագահը, Հայաստանի Հանրապետության Կառավարությունը, Հայաստանի Հանրապետության Ազգային Ժողովը, Հայաստանի Հանրապետության օրենսդիր եւ գործադիր իշխանությունները: Քաղաքական լուծման նախապատրաստման եւ զարգացման մեջ ներգրավված անձանց շրջանակը շատ ավելի լայն է, այն ներառում է պետական մարմինների, փորձագետների,

խորհրդատուների, ճնշման խմբեր, քաղաքական կուսակցություններ, լրատվամիջոցներ եւ այլն: Ժամանակակից հասարակություններում ընդլայնվում է քաղաքացիների քաղաքական որոշումների կայացման գործընթացում մասնակցելու հնարավորությունները: Ձեռավորվում են շահերի խմբեր (ճնշման խմբեր) , որոնց նպատակն է միավորել քաղաքացիներին հասարակական, տնտեսական, մասնագիտական, կրոնական, մշակութային կամ էթնիկ խմբերի հատուկ, կոնկրետ շահերը արտահայտելու եւ պաշտպանելու համար: Ճնշման խմբերը տարբերվում են քաղաքական կուսակցություններից այն ձեով, որ նրանք կազմակերպում եւ համագործակցում են պետական իշխանության հետ: Նրանք իշխանության հասնելու խնդիր չեն դնում, բայց նրանք ձգտում են ազդել քաղաքական որոշումների կայացման մեխանիզմի վրա, իրականացնելով խմբի շահերը: Բիզնես կազմակերպությունների եւ շահույթ չհետապնդող կազմակերպությունների հետ պետության հետ հարաբերությունները դինամիկ են, աստիճանաբար խափանում են, կառուցվում են այդ հարաբերությունների ձեւերն ու մեխանիզմները: Կառավարչական տեխնոլոգիաները որպես քաղաքական համակարգի գործառույթների իրականացման առավել ռացիոնալ ուղղիների ամբողջականություն, մեթոդների եւ ընթացակարգերի համադրություն, ուղղված են քաղաքական գործընթացների արդյունավետության բարձրացմանը եւ սահմանված նպատակներին հասնելը, ժամանակակից քաղաքագիտության սերտ ուսումնասիրման առարկա են:

Այդ տեխնոլոգիաների թվում կարող ենք վերագրել արագ զարգացող «կառավարության հետ հարաբերությունները»: (“Government Relations” – GR).

Ընդհանուր առմամբ GR-ի ընդունելությունների փաթեթի օգտագործումը ապահովում է լուծումների նախապատրաստման եւ ընտրության տեղեկատվական բազայի ընդլայնումը, ներառում է այդ թվում հետաքրքրված խմբերի սուբյեկտներ, որոնք ունեն ազդեցություն որոշումների վրա, մոբիլիզացնում է հանրային աջակցությունը կամ ընդդիմության օրինագծերի նախաձեռնումը, պայմաններ է ստեղծում քաղաքացիների մասնակցությունը սահմանադրական իրավունքների կառավարման մեջ, օգնում է բարձրացնել պետական մարմինների գործունեության արդյունավետությունը:

GR-ը կապի կառավարման ոլորտներից մեկն է, որի նպատակն է կազմակերպությունների սեփական շահերը ներդաշնակեցնել տարբեր մակարդակներում պետական մարմինների շահերի հետ, նվազեցնել ռիսկերը եւ ապահովել կայուն զարգացում: GR-ը որպես տեխնիկայի եւ մեթոդների հավաքածու ուղղված է կազմակերպության (խմբի) շահերի խթանմանը եւ պաշտպանությանը, շրջակա միջավայրից բխող ռիսկերին (տեղական, տարածաշրջանային եւ դաշնային իշխանությունների, մրցակիցների, ընկերության աշխատողների եւ շրջակա տարածքների բնակիչների, ապրանքների եւ ծառայությունների սպառողների, ներդրողների եւ բաժնետերերի): Ինչպես ցանկացած տեխնոլոգիա, անտարբեր բարոյական հրամայականներին, GR-ը որոշակի պայմանների դեպքում կարող է խեղաթյուրել տեղեկատվությունը հաճախորդների կամ կորպորացիաների շահերից ելնելով, որը կհանգեցնի նրան, որ սխալ քաղաքականական որոշում կկայացվի, սոցիալական խմբերի միջեւ սոցիալական լարվածության առաջացում կբերի, որոնք ունեն որոշակի բազմակողմանի հետաքրքրություններ որոշ հարցերում, այլ խմբերի շահերի ոտնահարման հաշվին անարդարացի օգուտներ կտրամադրի մեկ այլ խմբի, կստեղծի պետական բյուջեի վերաբաշխման լարվածության կետերը, կանդրադառնա պետական մարմինների գործողությունների վրա:

Մեթոդների եւ տեխնոլոգիաների դասակարգումը բավական բազմազան է, որոշ հեղինակներ կանգ են առնում տասնհինգ տարբերակներում, մյուսները նկարագրում են երեսուն տարբերակ ²³:

GR-ը տեխնոլոգիա է, որը ապահովում է ուղերձի արդյունավետ փոխանցումը (կազմակերպության հիմնական «ուղերձը») տարբեր մարմիններին՝ քաղաքական որոշումներ կայացնող սուբյեկտներին, քաղաքականության մեջ փոխհարաբերությունների փոխազդեցության առավել բարդ ձեւերով, (բանակցություններ), որոնց առարկան կարող են լինել դրույթներ կապված օրինագծերի հետ, կադրային նշանակումներ, միեւնույն դաշտում գործող կազմակերպությունների կառուցվածքում, զանգվածային միջոցառումների անցկացման ձեւերը՝ որոշումների կայացման կամ արգելման համար:

²³ Scholzman, Tierney, 1983, p 351-357.

«Կառավարության հետ կապերի» արդյունավետությունը կարելի է համարել հետեւյալ գործառույթների արդյունքում. Կառավարության ընթացիկ գործունեության վերաբերյալ տեղեկատվության անընդհատ հավաքագրում, կազմակերպության գործունեության նկատմամբ վերլուծություն, կազմակերպության գործունեության ներքին բաժինների հետ հատուկ գործողություններ իրականացնելը, քաղաքական որոշումների կայացման (լոբբիստական) գործունեություն իրականացնող անձանց հետ շփումների հաստատում:

Տեղեկատվության վերլուծական մշակումը թույլ է տալիս հասկանալ կազմակերպության տեղը շրջակա միջավայրում, նրա թույլ և ուժեղ կողմերը, իրավական «անվտանգություն» մեջ, որոշակի որոշումների ընդունման դեպքում հնարավոր գործողությունները, իրավիճակի վերահսկման աստիճանը: Շրջակա միջավայրի վիճակի վերլուծությունը համալրվում է ինտենսիվ փոխազդեցությամբ՝ գործունեության իրավական պահպանման, մարքեթինգի, ֆինանսների, տարածաշրջանային զարգացման և կազմակերպության այլ պատասխանատու ստորաբաժանումների հետ: Այն դեպքում, երբ կազմակերպության ղեկավարությունը որոշում է պաշտպանել կամ որոշ նախապատվություններ ստանալ, մշակվում է միջոցառումների ծրագիր՝ իշխանությունների հետ համոզիչ երկխոսության հնարավորություն տալու համար: Ժամանակավոր կոալիցիաներ կարող են ստեղծվել շուկայի մասնակիցների հետ և հասարակության խմբերի՝ ջանքերի աջակցության համար: Պատրաստվում են վերլուծական և տեղեկատու նյութեր նախաձեռնողների դիրքերը վիճարկող: Հաստատվում են կապեր քաղաքական գործիչների և պաշտոնյաների հետ, որոնք մասնակցում են որոշում կայացնելու գործնթացի մեջ, սկսվում է լոբբիստական գործունեություն: GR-տեխնոլոգիան, ի տարբերություն լոբբինգի, չի կարող իրականացվել համակարգային ձեռով մեկ կատարողով, նա դեռ հանրային գիտակցության մեջ բացասական բեռ չի կրում, բայց կարող է դառնալ պետության և տարբեր սոցիալական, տնտեսական, դավանանքային, մասնագիտական խմբերի շահերը համակարգելու գործիք: ²⁴

GR տեխնոլոգիաների և հասարակայնության հետ կապերի հիմնական տարբերությունն այն է, որ PR հաղորդագրության ստացողը հասարակությունն է կամ

²⁴ Политико-административное управление, 2004

նրա սեգմենտը, իսկ GR-ը միշտ ունի հաղորդագրությունը կոնկրետ ստացող իշխանության մեջ:²⁵ Չի կարելի անտեսել, որ այս վարչական գործառույթների խնդիրները նման են, բայց աշխատանքի ձևերը տարբեր են:²⁶ Տեխնոլոգիաներից յուրաքանչյուրի օգտագործումը սահմանվում է որոշակի խնդիրների լուծման արդյունավետության աստիճանով: Կիրառելի մեթոդները պետք է լինեն պարզված, սահմանված ընթացակարգերով եւ կանոններով, ցույց տրվի դրանց ուղղությունը եւ արդյունավետությունը կարճատեւ եւ երկարաժամկետ ժամկետում: Նոր կառավարման տեխնոլոգիաների ընդունումը հիմնված է կորպորացիաների, տարբեր հասարակական միավորումների եւ քաղաքացիական հասարակության ինստիտուտների եւ պետական մարմինների միջեւ փոխհարաբերությունների վերափոխման վրա: Ոչ համակարգային բարեգործության դարաշրջանն ավարտվում է, ձեւավորվում են ընկերությունների հետ փոխգործակցության ռազմավարական ձեւեր, բիզնեսի սոցիալական պատասխանատվության ռազմավարական ծրագրեր:

Օրինակ, պետական-մասնավոր հատված գործընկերության ձեւավորումը՝ մասնավոր ընկերությունների միավորումը հաստատված ծրագրի շրջանակներում պետության հետ, ուղղված է կոռուպցիայի դեմ, նպաստում է քաղաքացիական վերահսկողության հաստատմանը, հասարակական կազմակերպությունների գործունեության ակտիվացմանը: Օրենսդրական եւ գործադիր իշխանության ինստիտուտները շահագրգռված են օգտակար ծառայություն մատուցողների ծառայությունների մեջ որոնց բաշխումը պետական կառույցների ձեռքում է: Իշխանության ճյուղերի բաժանման պայմաններում դրսևորվում է ինչպես համագործակցություն, այնպես էլ մրցակցություն: Աս դեպքում պետական և քաղաքական համակարգի տարրերը անկախ քաղաքական աջակցության կարիք են ունենում, որը տալիս է կենսունակություն և զարգացման հնարավորություն: Բյուրոկրատիային քաղաքական աջակցություն կարող է ապահովել շահագրգռված խմբերի այն շրջանը, որոնց հետ կան այլ փոխադարձ օգտակար հարաբերություններ: GR-ի կիրառումը, ինչպես այլ կառավարչակա տեխնոլոգիաների կիրառումը, ավելի է դրսևորվում իշխանության և բիզնես միջավայրի հարաբերությունների ժամանակ:

²⁵ Катлип, Сентер, Брум, 2001, с. 25

²⁶ Радкевич, 2004

Բիզնեսը այժմ շատ խոցելի է: Ռիսկերի կրճատման համար անհրաժեշտ է ճիշտ հարաբերություններ կառուցել իշխանության և հասրակության հետ: Հետևաբար բիզնես խմբերին անհրաժեշտ է ինֆորմացված լինել տարբեր աղբյուրներից՝ գործադիր, օրենդոսդիր մարմիններից, տարածքային կառավարման մարմիններից, հասարակական կազմակերպություններից, արհմիություններից և այլն: Ինֆորմացիայի ստացման համար և հետագա վերլուծության համար անհրաժեշտ է հարաբերությունների համակարգ ստեղծել պետական ինստիտուտների հետ:

Հայաստանում տնտեսական շուկան դեռևս կայացած չէ, և երկրի բնակչության մեծ մասը դուրս է մնում այդ շուկայից: Շուկայում մեծ դիրքեր են զբաղեցնում խոշոր ընկերությունները, որոնք GR ռազմավարության սկզբունքներին համաձայն պետք է սոցիալական պատասխանատվություն վերցնեն իրենց վրա և նպաստեն ընդհանուր պետական շահերին:

GR տեխնոլոգիաները ապահովում են նաև արտասահմանի բիզնեսի ադապտացիան: Մեծ ներդրումներ կատարող օտարերկյա ընկերությունները անձանթ և ոչ անքան բարենպաստ միջավայրում հաջողություններ են գրանցում: Ի սկզբանե խոշոր բիզնեսի զարգանում էր պետական մարմիններում կապերի և պետպատվերների հաշվին: PR-ի կամ GR-ի կիրառման և դրանց վրա ծախսեր կատարելու անհրաժեշտություն չկար: Բիզնեսի զարգացումն ապահովում էին պետական մարմիններում լավ կապեր ունենալու հաշվին, այսպես կոչված «միջանցքների լոբբինգի» միջոցով:²⁷

Վաճառքների դիվերսիֆիկացիա անելու անհրաժեշտությունը, ստիպում է ուշադրություն դարձնել դեպի մասնավոր հաճախորդը կամ գնորդը: Բացի բրենդի, հաճախորդների, գնորդների հետ կատարվող աշխատանքներից, անհրաժեշտ է որոշ աշխատանք կատարել պետական մարմինների հետ, որոնցից կախված է կազմակերպությունը: Տեղերների մասակցության ժամանակ բացի ներկայացվող ֆինասական, տնտեսական ցուցանիշներից պետք հաշվի առնել նաև կազմակերպության ոչ նյութական ակտիվները՝ հեղինակությունը, սոցիալական պատասխանատվությունը: Սրանք հիմնականում կախված են կազմակերպության՝

²⁷ Ключвант, <http://www.stratagema.org>

պետության կողմից իրականացվող սոցիալական ծրագրերին մասնակցության աստիճանից:

Կազմակերպության հեղինակությունը, ղեկավարների սոցիալական և որակական հատկանիշները մեծ դեր են խաղում Եվրոպական երկրներում և ԱՄՆ-ում: Սա արդեն դառել է գլոբալ տենդենց:²⁸ 2005 թիվը Եվրոխորհրդի կողմից ճանաչվեց սոցիալական պատասխանատվության տարի, իսկ ՄԹ-ում արդեն կա սոցիալական պատասխանատվության նախարար:

Սոցիալական պատասխանատվության ծրագրերին մասնակցելու կազմակերպությունների հիմնական շահը իշխանության հետ լավ հարաբերություններ ունենալն է: Հարաբերությունների ճիշտ համակարգ ստեղծելու միջոցով հետագայում հեշտանում են պետության հետ բանակցությունները կապված լիցենզիաների տրամադրման կամ օրենսդրական փոփոխությունների համակարգման հետ:

Խոշոր կազմակերպությունների սեփականատերերը և ղեկավարները կամա թե ակամա ինտեգրվում են պետության քաղաքական կյանքում:

Բնականաբար լոբբիստական գործունեությունը չէր կարող լինել լրիվ օրինական: Պատճառներից մեկը լոբբինգի մասին օրենքի բացակայությունն է, երկրորդը՝ գործունեության նպատակները ներառույժ էին շատ լայն շրջանակ՝ արտոնությունների ստացում, իշխանության մարմինների ձևավորում և բարձր պաշտոններում նշանակումներ:

Քաղաքական գործընթացներում բիզնեսի մասնակցությունը շատ տարաբնույթ է: 1. Ձեռնարկատերերի անմիջական մասնակցություն ընտրություններին: 2. Քաղաքական ուժերի և կուսակցությունների ստեղծում , ֆինանսավորում 3. Պետական գործիչներին կաշառելու միջոցով սեփական մարդկանց տարբեր պաշտոններում նշանակում 4. Գործադիր մարմիններում պաշտոնների <<ձեռքբերում>> 5. Մասայական քաղաքական արշավների կազմակերպում և իրականացում ճնշում իրագործելու և քաղաքական որոշումների կայացման գործում ազդեցություն ունենալու համար: 6. Զանգվածային լրատվական միջոցների և քաղաքական և տնտեսական էքսպերտական խմբերի միջիոցով նպատակաուղղված ինֆորմացիայի տրամադրման միջոցով հասարակության կարծիքի ձևափոխում:

²⁸ Шикина, 1995, с. 21

Արդյունավետ քաղաքական կառավարում ռականացնելու և քաղաքական ճգնաժամերից խուսափելու համար անհրաժեշտ է «պառակտել» սիամական երկվորյակներին՝ բիզնեսը և կառավարությունը: «Ամենազոր» օլիգարխների քաղաքական կշիռը և ազդեցությունը պետք է զսպի «հավասար հեռացնելու» մարտավարությունը: Իշխանությունը պահանջում է չմիջամտել քաղաքականությանը և հավատարմության ապացույցներ խոշոր սեփականատերերից, քանի որ պետության տնտեսությունից դուրս գալու լիբերալ կոչերը գործնականում տանում են քաղաքական իշխանության հնազանդությանը փողի իշխանությանը: Անհրաժեշտ է նախաձեռնել հանդիպում խոշոր բիզնեսի ներկայացուցիչների հետ՝ համագործակցության նոր ընթացակարգեր և կանոններ մշակելու համար: Պետության առաջատար դերը տնտեսության արդիականացմանը հասնելն է, տնտեսության պետական կարգավորման ինստիտուտների ուժեղացման անհրաժեշտությունն է, պետական իշխանության արդիականացված կոալիցիայի և խոշոր լեգիտիմ բիզնեսի ձևավորումն է, ազգային և սոցիալապես պատասխանատվության ձևավորումն է Այժմ սկսվում է նոր փուլ, որը պահանջում է ոչ թե իշխանություններին հավատարմության հայտարարություն, այլ պետական սոցիալական և քաղաքական նախագծերի ֆինանսավորում: Ժամանակակից օլիգարխը հավատարիմ քաղաքացի է, սահմանափակ հանրային քաղաքական գործունեությամբ: Իշխանական ինստիտուտները պետք է պահեն իրենց իրական լիազորությունները: Հայաստանյան աշխատաշուկայում GR մասնագետների պահանջարկը շատ կարևոր է և առաջանային: ԱՄՆ-ի և Եվրոպայի փորձը ցույց է տալիս, որ GR-ը իշխանության օրենսդիր և գործադիր ճյուղերի , հասարակական կազմակերպությունների, քաղաքական կուսակցությունների և բիզնես կառուցվածքների հետ փոխշահավետ հարաբերությունների համակարգ է, այն մեծացնում է նրանց հարաբերությունների արդյունավետությունը նրանց լիազորությունների մասնակի փոխանակմամբ: Իրականում GR-ը թափանցիկ և օրինական մասնագիտական ոլորտ է, որը բացում է քաղաքական որոշումների նախապատրաստման և կայացման «գաղտնիության վարագույրը»: Բայց հաճախ դա «ստվերային գործունեություն է չարդարացված նախապատվության ստացման համար»՝ օրենքների «ոտնահարում» , ինչը նվազեցնում է պետական վերահսկողության մակարդակը կամ պետական կարգավորման վեկտորի

փոփոխում ընդդեմ մրցակիցների՝ անձնական կապերի օգտագործման, նյութական շահի, և այլ միջոցներով: Հատկանշական է, որ իր նոր դերը Վ. Գերաշենկոն կոչում է « go-between » այսինքն «Մարդ, ով հարթում է բոլոր տեսակի հարցեր...վերևների և մենեջմենթի միջև»:

Ակնհայտ է, որ «իշխանության հետ կապերում» կայուն տեխնոլոգիաներ և փորձ դեռևս չեն ձևավորվել, ինչպես և նոր մասնագիտության էթիկայի կանոնները: Թվում է, թե GR տեխնոլոգիաների ձևավորումը մեծապես կորոշվի պետական կառավարման մարմինների կողմից, որոնք կողմնորոշված են որոշումների կայացման գործում հասարակական-քաղաքական կյանքի ակտիվ դերակատարների ներգրավմանը, այդ թվում, քաղաքացիական հասարակության ձևավորվող ինստիտուտները: «Կառավարության հետ կապերի» զարգացման արտասահմանյան փորձը վկայում է այդ ուժերի փոխազդեցության մասին:

Անհրաժեշտություն է առաջացել կորպորացիաներին վերանայել սոցիալական ծրագրերում մասնակցելու հնարավոր մակարդակը: Միևնույն ժամանակ, կորպորացիաները պետք է սկսեն ակտիվացնել կապերի հաստատումը կառավարության հետ ոչ միայն անձնային այլև տեղական մակարդակներում: Հասարակության եւ ԶԼՄ-ների ուշադրությունը կորպորացիաների գործունեության վրա չպետք է թուլանա: Տեղեկատվական գործունեության և հատուկ միջոցառումների արդյունքում, որոնք անցկացվեն կառավարության և տեղական ինքնակառավարման մարմինների կողմից, կորպորացիաները կսկսեն միջոցներ հատկացնել կրթության, առողջապահության, արհեստավարժությանն ուղղված սոցիալական ծրագրերի ձևավորման և իրականացման համար:

Միջգային պրակտիկայում միջնակարգ և բարձրագույն կրթությանն աջակցելը համարվում է կորպորացիաների սոցիալական պատասխանատվության անբաժանելի մասը: Բայց սա ներդրում է կորպորացիաների ապագա աշխատակազմում և բիզնեսի կառուցվածքին բարենպաստորեն կապված շրջակա միջավայրի ձևավորմանը, որը կորպորացիայի ապագայի պահպանման բանալին է: Այդ իսկ պատճառով բուհերը ունեն հատուկ բաժիններ կառավարության և բիզնեսի հետ հաղորդակցվելու համար: Ներդրումային նախագծերի մանրակրկիտ նախապատրաստումը, պետական մարմիններում կապերի պահպանումը կրթության համակարգի զարգացման,

քաղաքացիների կյանքի ուղու փոփոխության բանալին են: Պետք է նշել, որ այսօր ոչ միայն արտադրական, բանկային, ֆինանսական գրասենյակները, այլև գրեթե բոլոր դպրոցները, քոլեջները, համալսարանները, հիվանդանոցները պետք է ունենան GR բաժին::

GR-ը տրամադրում է նպատակային տեղեկատվություն իշխանություններին բիզնեսի խնդիրների և հնարավորությունների, ռազմավարական տեղեկատվական ընկերությունների կազմակերպման, ընկերությունների դրական իմիջի պահպանման, տեղեկատվական միջոցառումների ստեղծման՝ ընկերության գործունեության ուժային կառույցների միջազգային և տեղական մակարդակում հասարակական կարծիքի ձևավորում, հակաճգնաժամային կառավարման օգտագործման մասին, հաշվի առնելով իշխանությունների դիրքերը անհրաժեշտ դեպքերում: GR-ը կարող է նպաստել ժամանակակից և արդյունավետ պետական կառավարման ձևավորմանը: Այն կարող է կազմակերպել մշտական և բաց երկխոսություն, ուղղված փոխշահավետ քաղաքական լուծումների ստեղծմանը, որոնք կապահովեն ՀՆԱ-ի կայուն աճը, ապահովելով ընկերությունների կապիտալացում, սոցիալական կայունության ապահովում և հասարակության անդամների հնարավորությունների հավասարացում:

3.2 GR տեխնոլոգիաների նշանակությունը ՀՀ քաղաքական իշխանության արդիականացման գործընթացում

Քաղաքական GR տեխնոլոգիաները Հայաստանում հիմնականում տարբեր կերպ են իրականացվում: Մի կողմից՝ դրանք ընկալվում են որպես պետական ոլորտի առանձնահատուկ կենսագործունեության արտահայտություն, մյուս կողմից՝ այդ իշխանական փոխադարձ կապերը կոնկրետ խնդիրների համակցություն են կազմում, որոնք պահանջում են լուծումներ պետության, պետական կառույցների և մարմինների, ինչպես նաև առանձին քաղաքական սուբյեկտների կողմից²⁹:

Ռուսաստանի օլիգարխներից մեկը՝ «Ռուսսկի այլումինի» ընկերության սեփա-

²⁹ Маргарян М., Меликян Р., Управление политическими GR-технологиями в Армении как фактор становления демократической консолидации // 21-й БЕК, №3, 2010, с. 91-111.

կանատեր Օլեգ Դերիպասկան մի առիթով նշել է, որ հաջողված բիզնեսը 40%-ով կազմված է PR-ից, 40%-ով՝ GR-ից, և 20%-ով՝ ճիշտ կառուցված բիզնեսից: Հայաստանում այդ ցուցանիշները մի փոքր այլ են: Այն, ինչ կատարվում է մեր տնտեսական դաշտում վերջին տարիներին, ինչպես նաև՝ այն փաստը, որ մեր բոլոր օլիգարխներն ու խոշոր բիզնեսմենները ձգտում են անպայման հայտնվել ԱԺ-ում (խտրականություն չդնելով՝ մեծամասնական ընտրակարգով, սեփական, ընկերոջ, թե՛ «դուշմանի» կուսակցության ընտրացուցակով), ցույց են տալիս, որ ՀՀ-ում հաջողված բիզնեսն ունի հետևյալ բաղկացուցիչ մասերը՝ 20%-ով կազմված է PR-ից, 70%-ով՝ GR-ից, և ընդամենը 10%-ով՝ ճիշտ կառուցված բիզնեսից³⁰: Այս իրավիճակին նպաստում է այն հանգամանքը, որ ՀՀ-ում, ինչպես նաև այլ հետխորհրդային երկրներում (օրինակ՝ Ռուսաստանում) դեռևս չկան լրբբիստական գործունեությունը կանոնակարգող, լրբբիստների համար իրավունքներ ու պարտականություններ սահմանող հատուկ օրենսդրական ակտեր: Մեր երկրի իրավական ակտերում գործունեության այս տեսակն ընդհանրապես առկա չէ: Սակայն այդ հանգամանքն ամենևին էլ այս ոլորտի օրենսդրական կարգավորման անհրաժեշտությունը չգիտակցելու արդյունք չէ:

ՀՀ-ում լրբբիստական գործունեության օրենսդրական կանոնակարգման ուղղությամբ առաջին քայլերը սկսել են կատարվել 2004-2005 թվականներին՝ ԱՊՀ անդամ պետությունների Միջխորհրդարանական վեհաժողովի կողմից 2003 թվականի նոյեմբերի 15-ին «պետական իշխանության մարմիններում լրբբիստական գործունեության մասին» մոդելային օրենքի³¹ ընդունման հետ միաժամանակ: Արդեն 2003 թվականի նոյեմբերի սկզբին ՀՀ կառավարության կողմից հաստատվեցին ՀՀ հակակոռուպցիոն ռազմավարությունը և դրա իրականացման միջոցառումների ծրագիրը: Հակակոռուպցիոն ռազմավարությունը, կոռուպցիայի դեմ պայքարում անգնահատելի համարելով քաղաքացիական հասարակության ինստիտուտների դերը, նշում էր, որ «Հայաստանում քաղաքացիական հասարակությունը դեռևս ձևավորման փուլում է: Սակայն զարգացման անգամ այս փուլում քաղաքացիական հասարակությունն ի զորու է ակտիվորեն մասնակցել կոռուպցիայի դեմ պայքարին:

³⁰ Քոչարյան Ա. Ինչպես են հայերը PR անում // 6 մայիսի 2006 թ. <http://www.168.am/am/articles/5485-pr>, http://lobbying.ru/content/persons/id_594_linkid_2.html

³¹ Постановление Межпарламентской Ассамблеи государств - участников СНГ от 15 ноября 2003 г. № 22-16 О модельном законе «О регулировании лоббистской деятельности в органах государственной власти». <http://buse1.org/texts/cat9ad/id5fweent.htm>

Ժողովրդավարական ավանդույթների որակը ենթադրում են քաղաքացիական հասարակության կողմից պետության կառավարմանը մասնակցելու անհրաժեշտությունը: Բացի սահմանադրական՝ ընտրելու և ընտրվելու, հանրաքվեների միջոցով պետության համար կարևորագույն խնդիրների լուծմանը մասնակցելու իրավունքները իրականացնելուց, քաղաքացիական հասարակությունն իր միավորումների միջոցով կարող է անմիջական մասնակցություն ունենալ ինչպես պետության քաղաքականության, այնպես էլ օրենսդրական և ենթաօրենսդրական ակտերի մշակմանը՝ համաժողովների, քննարկումների, խորհրդակցությունների, խորհրդարանական լսումների ու կազմակերպված լրբբինգի միջոցով: Լոբբինգի կազմակերպումը բնորոշ է զարգացած քաղաքացիական հասարակությանը»³²: «Լոբբիստական գործունեության մասին» ՀՀ օրենքի նախագծի մշակումը նախատեսվեց «Աղքատության հաղթահարման ռազմավարական ծրագրի կատարումն ապահովող 2004-2006 թվականների միջոցառումների ցանկով», ինչպես նաև «Հայաստանի Հանրապետության հակակոռուպցիոն ռազմավարության իրականացման միջոցառումների ծրագրով»: Նախ՝ ՀՀ կառավարության 2005 թվականի մարտի 24-ի № 11 նիստի արձանագրային որոշմամբ հաստատվեց «Լոբբիստական գործունեության մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքի հայեցակարգը»: Այն սահմանում էր, որ իրավաստեղծ գործընթացում բոլորի օրինաչափ շահերի ներդաշնակությունը հնարավոր է ապահովել՝ հասարակության տարբեր խավերին ուղղորդված քարոզչություն իրականացնելու հնարավորություններ ընձեռելով, որը էականորեն բարելավելու է ՀՀ-ում ընդունվող իրավական ակտերի որակը: Ըստ էության, դրան է ուղղված լոբբիստական գործունեությունը, որի իրավական կարգավորումը թույլ կտա էականորեն նվազեցնել իշխանության ներկայացուցիչների և լոբբիստների ստվերային փոխգործակցությունը, ապահովել իրավական ակտերի ընդունման գործընթացի թափանցիկությունը»³³:

Արդեն 2005 թվականի հոկտեմբերին, ՀՀ կառավարության կողմից օրենսդրական նախաձեռնության կարգով ՀՀ Ազգային ժողով ներկայացվեց համապատասխան

³² Տե՛ս ՀՀ կառավարության 2003 թ.-ի նոյեմբերի 6-ի № 1522-Ն որոշումը «Հայաստանի Հանրապետության հակակոռուպցիոն ռազմավարության և դրա իրականացման միջոցառումների ծրագիրը հաստատելու մասին». <http://policemonitoring.org/DownloadFile/286arm-Law.55.pdf>

³³ Տե՛ս ՀՀ կառավարության 2003 թվականի նոյեմբերի 6-ի № 1522-Ն որոշումը «Հայաստանի Հանրապետության հակակոռուպցիոն ռազմավարության և դրա իրականացման միջոցառումների ծրագիրը հաստատելու մասին». <http://policemonitoring.org/DownloadFile/286arm-Law.55.pdf>

օրենքի նախագիծը, սակայն օրակարգում նախագծի ընդգրկումը մի քանի անգամ հետաձգվեց, և այն օրակարգում ընդգրկվեց միայն 2006 թվականի մայիսին՝ ՀՀ ԱԺ պետաիրավական հանձնաժողովի հավանությանն արժանանալուց հետո³⁴:

Օրենքի նախագիծը մշակվել էր ՀՀ արդարադատության նախարարության ու ՀՀ առևտրի և տնտեսական զարգացման նախարարության ջանքերով: Այն նախատեսում էր նպաստել կառավարության որոշումների ընդունման գործընթացին հասարակության մասնակցությանն ու նվազեցնել կոռուպցիան՝ թափանցիկության մակարդակի բարձրացման նպատակով լոբբիստական խմբերից կամ անձանցից պահանջելով գրանցվել և հաշվետվություններ ներկայացնել իրենց գործունեության վերաբերյալ:

Սակայն արդեն 2005 թվականի հունիսից, երբ ՀՀ արդարադատության նախարարությունը դեռևս մշակում էր վերոնշյալ օրենքի նախագիծը, ՀՀ հասարակական կազմակերպությունները պայքար սկսեցին այս օրինագծի ընդունման դեմ՝ իրականացնելով բավականին հաջողված GR գործունեություն և լոբբիզմ:

Փաստորեն, քաղաքացիական հասարակության ներկայացուցիչների «Գործընկերություն հանուն բաց հասարակության» նախաձեռնությունը, մտահոգություն հայտնելով ՀՀ կառավարության հավանությանն արժանացած և ՀՀ Ազգային ժողով ներկայացված «Լոբբիստական գործունեություն մասին» ՀՀ օրենքի նախագծի վերաբերյալ, նշում էր, որ ներկայացված խմբագրությամբ ԱԺ-ի կողմից ընդունվելու դեպքում այն լուրջ խոչընդոտ կհանդիսանա քաղաքացիական հասարակության համար՝ օրենսդրական դաշտի ձևավորման և օրինաստեղծ աշխատանքների մասնակցային գործընթացի ապահովման համար: Օրենքի նախագիծն անընդունելի էր համարվում մի շարք նկատառումներից ելնելով: Մասնավորապես՝ նշվում էր, որ ՀՀ-ում լոբբիզմի ինստիտուտ գոյություն չունի, և օրենքի նախագծով առաջարկվող կարգավորումը ոչ մի կերպ չի նպաստում այդ ինստիտուտի կայացմանը: Ընդգծվում էր, որ Հայաստանը եվրաինտեգրման ճանապարհին, իր օրենսդրական դաշտը համապատասխանեցնում է եվրոպական օրենսդրության հետ, իսկ Եվրամիության ընդհանուր օրենսդրությունը և Եվրամիության անդամ երկրների ազգային օրենսդրությունները, բացառությամբ մեկ երկրի, լոբբիստական գործունեության վերաբերյալ իրավական ակտեր չունեն: Ավելին,

³⁴ «Լոբբիստական գործունեության մասին» ՀՀ օրենքի նախագիծ.
http://parliament.am/draft_history.php?id=1367&lang=arm

Եվրոպական երկրները, ունենալով լրբբիստական գործունեության զարգացած փորձ, չեն նախատեսում լրբբիստների գրանցման և հավատարմագրման այնպիսի սահմանափակող համակարգ, որն առաջարկվում էր «Լրբբիստական գործունեության մասին» ՀՀ օրենքի նախագծով: Բացի այդ՝ ուշադրություն էր հրավիրվում այն հանգամանքին, որ օրենքի նախագծում հստակորեն սահմանված չեն կարգավորման ոլորտը և առարկան (օրենսդրական կարգավորման առումով, լրբբիստական գործունեությունը պետք է սահմանափակվի լրբբիստների կողմից իրականացվող մասնագիտական ձեռնարկատիրական գործունեությամբ՝ վճարովի հիմունքներով ներկայացնելով և պաշտպանելով երրորդ անձանց՝ իրենց պատվիրատուների շահերը: Սակայն օրենքի նախագծի համաձայն՝ յուրաքանչյուր անձ կամ կազմակերպություն, որի գործունեությունն ուղղված է իրավական ակտերի ընդունմանը, փոփոխմանը կամ դրանց գործողության դադարեցմանը, հանդիսանում է «Լրբբիստական գործունեության մասին» օրենքի կարգավորման սուբյեկտ), նախագիծն առաջարկում է լրբբիստների գործունեության սահմանափակող պայմաններ, ինչպես նաև պարունակում է մի շարք իրարամերժ դրույթներ, որոնք անհնար են դարձնում օրենքի գործնական կիրառումը, և բազմաթիվ դրույթներ, որոնք սահմանափակում են հասարակական միավորումների և լայն հասարակության կողմից շահերի պաշտպանության հնարավորությունները և դրանց մասնակցությունը գործադիր և օրենսդիր իշխանությունների կողմից որոշումների կայացմանը:

Հաշվի առնելով վերոնշյալը՝ կոչ էր արվում ՀՀ կառավարությանը՝ ԱԺ-ից վերանայման նպատակով հետ կանչել օրենքի նախագիծը, վերանայել նախագծի անհրաժեշտությունը և բացառել օրենքի կիրառումը հասարակական կազմակերպությունների նկատմամբ³⁵: ՀՀ-ում հասարակական կազմակերպությունների դաշինքն ավելի հեռուն գնաց՝ օրենքի առաջխաղացումն օրենսդրական գործընթացի հաջորդ փուլերում կասեցնելու նպատակով մոբիլիզացնելով իր ուժերը «Քաունթերփարթ Ինթերնեշնլի» քաղաքացիական շահերի պաշտպանության աջակցության ծրագրի օգնությամբ: Նման հակազդեցության հիմքում դրվեց այն փաստարկը, որ հասարակական կազմակերպությունների դիրքորոշումներն օրենքի նախագծում հաշվի չէին

³⁵ Տե՛ս «Գործընկերություն Հանուն Բաց Հասարակության» նախաձեռնության հայտարարությունը «Լրբբիստական գործունեության մասին» ՀՀ օրենքի նախագծի վերաբերյալ. <http://www.partnership.am/am/Statements/38282>

առնվել: Մինչդեռ մի շարք հասարակական կազմակերպություններ մասնակցել էին խորհրդարան ներկայացվելուց առաջ նախագծի հնարավոր վերանայումների թեմայով ՀՀ արդարադատության նախարարի տեղակալի հետ կլոր սեղանի քննարկումներին, և վերջինս նրանց հավաստիացրել էր, որ փոփոխությունները կներառվեն վերջնական նախագծում: Երբ նախագիծը ներկայացվեց առանց հասարակական կազմակերպությունների առաջարկությունների, վերջիններս հարկ համարեցին խնդիրը հասցեագրել ՀՀ Նախագահի աշխատակազմին, ՀՀ վարչապետի նախագահությամբ Կոռուպցիայի դեմ պայքարի խորհրդին և Աղքատության հաղթահարման ռազմավարական ծրագրի աշխատանքային խմբերին ուղղված զանգվածային նամակների արշավ կազմակերպելու միջոցով: Ձևակերպվեցին խնդրագրեր, որոնք ուղարկվեցին ՀՀ արդարադատության նախարարին, խորհրդարանի նախագահին և նախագահի տեղակալներին, ինչպես նաև ՀՀ ԱԺ-ի խորհրդարանական խմբակցությունների ղեկավարներին: Զուգահեռաբար, ԶԼՄ-ների միջոցով լայնամասշտաբ արշավ մեկնարկեց հասարակական կազմակերպությունների դաշինքի մամուլի ասուլիսով: ՀՀ Նախագահի աշխատակազմը հաշվի առավ զանգվածային աննախադեպ արշավը, ինչի արդյունքում ՀՀ արդարադատության նախարարի տեղակալը խոստացավ վերանայել նախագիծը և ներկայացնել հասարակական քննարկման՝ նախքան խորհրդարանին ներկայացնելը:

«Քաունթերփարթ Ինթերնեշնլի» «Քաղաքացիական շահերի պաշտպանության աջակցություն» ծրագիրը տեխնիկական աջակցություն ցուցաբերեց 117 հասարակական կազմակերպությունների աշխատանքների համակարգմանը, օրինակ՝ 2006 թվականի հունվարին, ծրագրի մասնագետը հասարակական կազմակերպությունների ֆորումներից մեկում քննարկում կազմակերպեց լոբբիստական գործունեության մասին օրենքի վերաբերյալ և փորձեց ապահովել տարբեր խմբերի լոբբիստական աշխատանքների համակարգումը: Վերջապես, բազմաթիվ հասարակական կազմակերպությունների աշխատանքի շնորհիվ և «Քաունթերփարթ Ինթերնեշնլի» «Քաղաքացիական շահերի պաշտպանության աջակցություն» ծրագրի օգնությամբ կանգնեցվեց լոբբիստական գործունեության մասին օրենքի առաջխաղացումը օրենսդրական գործընթացում, և չեզոքացվեց հասարակական կազմակերպությունների լոբբիստա-

կան հնարավորությունները սահմանափակող անմիջական վտանգը³⁶:

Ինչպես տեսնում ենք, լրբբիստական գործունեության կանոնակարգման խնդիրը, որպես կոռուպցիոն ռիսկերի նվազեցման համար մեծ կարևորություն ունեցող ուղղություն, երկար ժամանակ գտնվելով մեր երկրի օրենսդիր և գործադիր իշխանությունների օրակարգում, այդպես էլ իրավական ակտի չվերածվեց հենց այդ հարցի նկատմամբ իրականացված լրբբիստական հաջողված գործունեության արդյունքում:

Ակնկալվում էր, որ նոր գումարման խորհրդարանն ավտոմատ կերպով անտեսելու է օրենքի նախագիծը, ինչը և կատարվեց: Ներկայումս նման օրենքի նախագծի ընդունումը ՀՀ կառավարության կողմից իրականացվող որևէ ծրագրով նախատեսված չէ, և խնդիրը դուրս է եկել իշխանության մարմինների օրակարգից: Այդուհանդերձ, կառավարության որոշումների ընդունման գործընթացում քաղաքացիական հասարակության մասնակցության համար արդյունավետ ուղիների սահմանման և հնարավորությունների ստեղծման տեսակետից GR տեխնոլոգիաների գործունեության իրավական կարգավորման խնդրի կարևորությունը հաշվի առնելով՝ անհրաժեշտ է արձանագրել, որ խնդրի անհրաժեշտությունը չի սպառվել, և մեր երկրում GR տեխնոլոգիաների ոլորտի իրավական կանոնակարգումը վաղ թե ուշ անխուսափելի է, ինչը պայմանավորված է մի շարք հանգամանքներով:

Քաղաքական իշխանության արդիականացման գործընթացները շարունակական են, ՀՀ-ում դրանք փոխկապակցված են երկու՝ արտաքին և ներքին շարժառիթներով:

Արտաքին գործոնը պայմանավորված է Հայաստանի որդեգրած եվրաինտեգրման քաղաքական կուրսով, ինչը դրսևորվում է նախևառաջ քաղաքական համակարգի սկզբունքները, մեխանիզմները եվրոպական արժեհամակարգերին ու չափորոշիչներին համապատասխանեցնելու, ազգային առանձնահատկությունները հաշվի առնելով՝ դրանք տեղայնացնելու և ներդաշնակեցնելու միջոցով: Իսկ Եվրամիությունում արդեն ձեռնարկվել են քայլեր լրբբիստական գործունեության իրավական կանոնակարգման ուղղությամբ : Ներքին գործոնը խարսխված է առկա հասարակական ու պետական ներքին պահանջարկի վրա, որի առանցքը քաղաքական համակարգի բաղադրիչների զարգացումն է: Քաղաքական համակարգը պետք է պատրաստ լինի համարժեք արձա-

³⁶ Հայկական ՀԿ-ների կոալիցիան կանգնեցնում է լրբբինգի վիճահարույց օրենքը. 29 մարտի 2007. <http://www.advocacy.am/am/?nid=9&id=10>

գանքելու ի հայտ եկող նոր պահանջներին ու դրանց դինամիկ փոփոխություններին: Այլ կերպ ասած՝ քաղաքական համակարգի արդիականացումը պահանջումնքների բավարարմանը միտված անընդհատ գործընթաց է, և խնդիրն այդ գործընթացի շրջանակներում ձեռնարկվող յուրաքանչյուր քայլի նպատակն ու ակնկալվող արդյունքը ճիշտ համադրելն ու հավասարակշռություն պահպանելն է:

Պետականության բացակայությունը իր հետքն է թողել հայ հասարակության մտածելակերպի վրա՝ չապահովելով շարունակական ժառանգություն: Այդ իսկ պատճառով այսօր հայ հասարակությունն առնչվում է այնպիսի խնդիրների հետ, որոնք պատմականորեն չեն ձևավորվել մեր արժեքային համակարգում: Լինելով փոքր, աղքատիկ բնական պաշարներով և դեպի ծով ելք չունեցող երկիր՝ Հայաստանը դարձել է ինչպես իր աշխարհագրական դիրքի, այնպես էլ ողջ աշխարհաքաղաքական իրադրության պատանդը : ՀՀ-ի քաղաքական կյանքը ձևավորվել է 20-րդ դարի 80-ական թվականների վերջին ԽՍՀՄ-ի փլուզումից հետո: 1990թ.-ից սկսած՝ ՀՀ-ում իշխանության եկած քաղաքական ուժը որդեգրեց ավտորիտարիզմի ռեժիմին բնորոշ քաղաքական սկզբունքներ, ինչն ամբողջատիրությունից ժողովրդավարության անցման դեպքում անխուսափելի է: Ինչպես նշում է քաղաքագետ Մ. Մարգարյանը, «ՀՀ-ում 1990-ական թվականներից իրականացվող առաջին սերնդի բարեփոխումների արդյունքում ծագած քաղաքական զարգացման առաջին ճգնաժամը բաշխման ճգնաժամն էր: Անցումը շուկայական հարաբերություններին ՀՀ կերպափոխման առաջին (1990-1996թթ.) փուլից հետո արդեն ուղեկցվեց սոցիալական որոշ խմբերին քաղաքական, տնտեսական և այլ արտոնությունների տրամադրումով, հասարակության վտանգավոր բևեռացումով: Արդյունքում՝ քաղաքական դերակատարների համար հասարակության գրեթե բոլոր ոլորտներում սահմանափակվեց մասնակցությունը՝ նրանց մղելով մասնակցության ճգնաժամի, կամ մարգինալ-պոպուլիստական մասնակցության: Սոցիալական-քաղաքական-տնտեսական խմբերից հաճախակի դեգերումները, օտարվածությունը, սահմանայնությունը, սոցիալական շարժունակության անկումն առաջ բերեցին շարժունակության ճգնաժամ: Այդ վիճակում գտնվող ՀՀ քաղաքացիների համար «նոր ժողովրդավարների» առաջին սերնդի կողմից ներդրվող ազատական ժողովրդավարական արժեքները կորցրին գրավչությունը, ինչը հանգեցրեց հակասոցիալական վարքագծի աճի՝ փախուստ ազատությունից և իշխա-

նությունից, փախուստ սեփական իրավունքներից և պարտականությունից: Հաստատված վարքի նոր ձևաչափերի, արժեքների նկատմամբ ձևավորված անվստահությունը հարուցեց նույնականացման ճգնաժամ: Այս գործոնի ազդեցության տակ ՀՀ քաղաքացիները կորցրին հավատն ու վստահությունն իշխանության նկատմամբ, իսկ քաղաքական վարչակարգն ընկղմվեց լեգիտիմության ճգնաժամի մեջ: Հարկ է նշել, որ այս ճգնաժամերը ոչ միայն պայմանավորեցին մեկը մյուսին, այլ նաև ընթացան և ընթանում են գրեթե միաժամանակ»³⁷:

Այնուամենայնիվ, 2000 թ-ից հաջողվել է մեղմել քաղաքական զարգացման ճգնաժամը, սակայն 2008 թվականի վերջին մեր երկրի տնտեսությունը ծանր փորձության ենթարկվեց համաշխարհային ֆինանսատնտեսական ճգնաժամի պատճառով³⁸: Մտահոգիչ են նաև օրենսդրությունն արդյունավետ կերպով գործադրելու ու կոռուպցիայի դեմ պայքարի խնդիրները: Այս խնդիրների լուծման հարցում անգնահատելի դեր կարող են խաղալ GR տեխնոլոգիաները, որոնք աստիճանաբար դառնում են Հայաստանում ընթացող քաղաքական գործընթացների, երկրի սոցիալական ու տնտեսական կյանքի անկապտելի բաղադրիչը:

Մարդու իրավունքների և ազատությունների պաշտպանության սահմանադրական երաշխիքների իրականացմանը զուգընթաց ՀՀ-ում տեղի է ունենում առանձին մարդկանց, նրանց միավորումների, սոցիալական խմբերի, շերտերի և ողջ հասարակության շահերի ձևավորման ու զարգացման բնականոն գործընթաց, որն ուղեկցվում է հասարակական հարաբերությունների տարբեր ոլորտներում այդ շահերի կանոնակարգված կամ անկանոն պաշտպանությամբ: Անկանոն դրսևորումները տեղ են գտնում այնքանով, որքանով որ իրավաստեղծ գործընթացին անմիջական մասնակցություն չունեցող անձանց շահերի արտահայտման համար բավարար պայմաններ ՀՀ-ում դեռևս չեն ստեղծվել: Այդ դրսևորումները երբեմն ստվերային, կոռուպցիոն բնույթի են՝ զուգակցված ֆինանսական և այլ միջոցների, այդ թվում՝ օտարերկրյա, օգտագործմամբ: Արդյունքում, հասարակական հարաբերությունների որոշ սուբյեկտներ առավելություն են ստանում մյուսների նկատմամբ: Մինչդեռ,

³⁷ Մարգարյան Մ., Լեգիտիմության հիմնախնդիրը քաղաքական զարգացումներում.- 21-րդ դար («Նորավանք» գիտակրթական հիմնադրամի հանդես), 2007, N 3 (17), էջ 132-162:

³⁸ Տե՛ս «Հայաստան. Ազգային ինդիկատիվ ծրագիր 2011-2013», էջ 6.

http://www.mineconomy.am/uploads/NIP_2011-2013.pdf

իրավաստեղծ գործընթացում բոլորի օրինաչափ շահերի ներդաշնակությունը հնարավոր է ապահովել՝ հասարակության տարբեր խավերին ուղղորդված քարոզչություն իրականացնելու հնարավորություններ ընձեռելով: GR գործունեության սուբյեկտային և ինստիտուցիոնալ առանձնահատկությունը կախված է շահերի ներկայացուցչության հիմնական տեսակներից (բազմակարծության վրա հիմնված, կորպորատիվ, կլանային-կորպորատիվ): Հայաստանի համար բնորոշ են շահերի ներկայացման կորպորատիվ և կլանային-կորպորատիվ տեսակները, որոնք հետխորհրդային գործընթացների արդյունքում որոշակի ձևափոխությունների են ենթարկվել: Լեգիտիմության ճգնաժամերը, ընտրախավերի կողմից պարտադրվող փոխզիջումները, ժողովրդավարական սուբյեկտների պակասը և այլ առանձնահատկությունները խթանել են GR գործունեությամբ զբաղվող սուբյեկտների թիվը և նպաստել են մեր երկրում (ինչպես և հետխորհրդային այլ երկրներում) լոբբիզմի կվազիինստիտուցիոնալ մոդելի ձևավորմանը:

ՀՀ-ի քաղաքական իշխանությունում շահերի խմբերի և պետության փոխգործակցության մեխանիզմների բացակայությունը խթանում է մեր երկրում GR տեխնոլոգիաների թաքնված և հաճախ՝ ոչ օրինական մեթոդների կիրառումը, ինչի հետևանքով ավելանում է լոբբիզմի ինստիտուտի նկատմամբ հասարակության և ընտրախավերի բացասական վերաբերմունքը: Խնդրի օրենսդրական կարգավորումը միայն մասնակիորեն կարող է ազդել լոբբիզմի բնույթի վրա: Հայաստանում GR տեխնոլոգիաների ամրապնդման ու արդյունավետ գործունեության վրա ազդող կարևորագույն գործոններն են ուղղաձիգ քաղաքական հարաբերությունների տարածումը, քաղաքական գործընթացում համաձայնողական մեթոդների սահմանափակ կիրառումը, ինստիտուցիոնալ շուկայի այլակերպությունը և այլն: Ուստի քաղաքական իշխանության ժողովրդավարացումը, քաղաքական տարածության մրցակցության մեծացումը, սոցիալ-քաղաքական ներկայացուցչության գործող ինստիտուտների համակարգի ձևավորումը նպաստելու է ՀՀ-ում GR տեխնոլոգիաների զարգացմանը:

ՀՀ-ում GR տեխնոլոգիաների անվտանգ ու բաց տեղեկատվական շուկայի ձևավորման համար անհրաժեշտ է իրականացնել մի շարք միջոցառումներ ³⁹.

³⁹ Маргарян М., Меликян Р., Управление политическими GR-технологиями в Армении как фактор становления демократической консолидации // 21-й БЕК, №3, 2010, с. 91-111.

1) ստեղծել համապատասխան իրավական դաշտ, որով կսահմանվեն GR գործունեության սկզբունքներն ու կանոնները, կհամակարգվեն և կերաշխավորվեն Հայաստանում քաղաքական GR տեխնոլոգիաների անվտանգ գործունեության ամբողջականությունն ու օրինականությունը.

2) ստեղծել նպաստավոր գիտանորարարական և տեղեկատվական-հաղորդակցական պայմաններ ու նախադրյալներ, որոնք կնպաստեն ժամանակակից պահանջներին համապատասխան GR համակարգում տեղեկատվական հոսքերի շարժունության ու անվտանգության ապահովմանը.

3) ինստիտուցիոնալացնել «GR մասնագետ» մասնագիտությունը, որպես բիզնեսի և պետական իշխանության հարաբերությունների առաջատար օղակ.

4) իրականացնել լայնամասշտաբ հետազոտություններ և ուսումնասիրություններ GR ծառայությունների հայկական շուկայի կարևորագույն սուբյեկտներին հայտնաբերելու, պահանջարկը որոշելու, շուկայի այդ հատվածի տնտեսական ներուժը և ֆինանսական տարողունակությունը պարզելու և այլ նպատակներով:

3.3 GR-ի և լոբբիզմի էթիկական կոդեքսի առանձնահատկությունները

Այս ենթագլխում մենք կուսումնասիրենք GR-ի և լոբբիզմի էթիկայի հարցերը: Քանի որ այս մասնագիտությունների մասնագիտական էթիկայի հիմքը հանդիսանում է մասնավոր շահերի պաշտպանության և համաձայնության միջոցով ընդհանուր բարօրությանը ծառայելը: Հիմնական սկզբունքներին են պատկանում ազնվությունը, օրինապահությունը, արհեստավարժությունը, կոռեկտությունը պատվիրատուի նկատմամբ և ծառայելը հասարակությանը:

Սակայն գործնականում այս սկզբունքների իրականացումը հաճախ բախվում է ինչպես օբյեկտների, այնպես էլ բազիսային լոբբիզմի և GR սուբյեկտների հակազդումների հետ, ինչպես նաև մասնագիտական ընկերակցության պասիվության հետ:

Ռուսերենում գոյություն ունեն երեք բառեր, որոնք ունեն նման ստուգաբանություն և այդ պատճառով կանոնավոր կերպով օգտագործվում են որպես հոմանիշներ. **էթիկա** (հին հունարեն՝ բնավորություն, սովորույթ), **մորալ** (լատ.՝ վարք) և

բարոյականություն: Սրա հետ մեկտեղ էթիկայի մասնագետների մոտ, ովքեր ավանդաբար դիտարկում են փիլիսոփաներին, ընդունված է բաժանել այդ հասկացությունները: Բերենք միայն մեկ մոտեցում, որը տարբերում է «բարոյականությունը, որպես միջսուբյեկտային հարաբերությունների պրակտիկա: Առաքինությունը (մորալ), որպես այդ փոխհարաբերությունների արտացոլումը սուբյեկտի գիտակցության մեջ, և էթիկան, որպես գիտություն...»: ⁴⁰ Այս դեպքում լրբբիզմը և GR-էթիկան գիտություն է «մարդու կարողության (կամ անկարողության) վերաբերյալ՝ ապրել հաշվի առնելով շրջապատողների շահերը»⁴¹, լրբբիստի և GR-մասնագետի մասնագիտական գործունեության բնագավառում:

Ներկայումս առկա է հսկայական էմպիրիկ (փորձով հաստատված) նյութ, որը հիմնականում կուտակված է ԱՄՆ-ում և հավաքված է էթիկայի բազմաթիվ հանձնաժողովների և խորհուրդների կողմից⁴²: Առկա է նաև գործունեության տվյալ տեսակների բարոյական և արժեքային տեսանկյուններին նվիրված բազմաքանակ ուսումնասիրություններ (բացարձակ ամերիկյան մեծամասնությամբ):

Այս ամենից բացի, գիտության համար անհրաժեշտ զարգացած առարկայական բնագավառ, սեփական մեթոդաբանության առկայություն, գործնական հանձնարարականների մշակմանը ուղղվածություն և այլ հատկանիշներ, որոնք գիտելիքների դիտարկվող բնավառում առկա են միայն սաղմնային վիճակում: Այդպիսի իրավիճակը բացատրվում է, հավանաբար, երեք հանգամանքներով. առաջինը, էթիկայի՝ որպես գիտության խնդրահարույց կարգավիճակով, երկրորդը՝ երկրների մեծ մասում լրբբիզմի և GR բնագավառում մասնագիտական գործունեության անբավարար զարգացածությամբ և ամենուրեք այս առարկաական բնագավառի թույլ զարգացածությամբ, երրորդը՝ էթիկայի կարևորության տարածված թերագնահատումով, և նույնիսկ առանձին անձանց և ամբողջ խմբերի կողմից նրա ինստիտուցիոնալացման փաստացի դիմադրությամբ: Երրորդ և մասամբ երկրորդ հանգամանքները վերաբերվում են ոչ թե կաբինետային ուսումնասիրությունների վիճակին, այլ կենդանի իրականությանը, առանց որի փոփոխության հնարավոր չէ հասնել առաջըթացի նաև բուն գիտական բնագավառում: Այսպիսով, անրադառնանք

¹Зимбули А. Е. Лекции по этике : учеб, пособие. Вып. 3. СПб.: Пневма, 2011. С. 167—168.

⁴¹ Зимбули А. Е. Лекции по этике : учеб, пособие. Вып. 3. СПб.: Пневма, 2011. С. 162.

⁴² Օրինակ՝ Council on Governmental Ethics Laws (COGEL).

էթիկայի, բարոյականության և առաքինության փոխադարձ կապին, փոխկապակցվածությանը և փոխադարձ սահմանմանը:

Նրանց նշված տեսական տարբեակումը պետք է ընդգծի մեկ երևույթից մյուսին անցման պահերը: Յուրաքանչյուրին ներկայանում է ակնհայտ կապը պատշաճի վերաբերյալ իր պատկերացման (մորալ) և իր վարքագծի միջև (բարոյականություն): Նույնիսկ մակերեսային խորհրդածումը ցույց է տալիս, որ այդ կապը բոլորովին միանշանակ չէ և մարդը միշտ չէ, որ իրեն պահում է այնպես, ինչպես պատշաճ է համարում, առաքինության և բարոյականության փոխադարձ կապվածությունը տրված է մեզանից յուրաքանչյուրին ամենօրյա փորձով: Անցումը առաքինությունից, այդ թվում հասարակական առաքինությունից էթիկային և հակառակը, բարդ է: Մասնավորապես, գործնականում մենք բախվում ենք հասարակական գիտակցության այնպիսի վիճակի հետ, երբ վարքագծի որոշակի կանոնները ձևակերպվում են ամբողջովին գիտակցված և կոնկրետ կերպով, ինստիտուցիոնալացվում և պատճառաբանվում են հատուկ փաստաթղթերում ամրագրման ճանապարհով: Առաքինության այս վիճակը հաճախ անվանում են էթիկա, մասնավորապես, նմանօրինակ համատեքստում են խոսում մասնագիտական էթիկայի մասին: Օգտվենք նրա այդպիսի ընդլայնված հասկացությամբ:

Ներկայումս մի քանի մոտեցումներ է ամրագրված մասնագիտական էթիկայի հասկացությանը:⁴³ Մասնագիտական էթիկական, որպես բարոյական նորմերի ամբողջություն՝ ուղղված այն արժեքների ներդաշնակության ապահովմանը, որոնք ձևավորվել են հասարակության արժեքների հետ խմբի մասնագիտական պատկանելիությամբ:⁴⁴

Միատեսակ մասնագիտական գործողություններ կատարող մարդկանց խումբը օժտված է ընդհանուր արժեքներով:⁴⁵ Մասնագիտական էթիկայի խնդիրն է ներդաշնակել տվյալ խմբի արժեքները հասարակության արժեքների հետ ամբողջությամբ: Հատկապես այդպիսի խնդիրն է որոշում մասնագիտական էթիկայի

⁴³ **Апресян Р. Г.** Вид на профессиональную этику // Ведомости Научно-исследовательского Института прикладной этики. Вып. 25: Профессиональная этика / под ред. В. И. Бакштановского и Н. Н. Карнаухова.

⁴⁴ **Громова Л. А.** **Профессиональная этика в PR // Профессиональная этика в PR и рекламе: Тезисы докладов и сообщений Всероссийской научно-практической конференции. Санкт- Петербург, 28-29 июня 2001 г. СПб.: Изд-во РГПУ им. А. И. Герцена, 2001. С. 7.**

⁴⁵ **Зимбули А. Е.** Человек и профессия: этические аспекты // GRATTAS AGIMUS: Философско-эстетические штудии : сборник трудов в честь 70-летия профессора А. П. Балицкой. Т. 1 / отв. ред. К. Г. Исупов, Л. И. Летягин.

առանձնահատկությունը և առանձնացնում է նրան խմբային էթիկայի բոլոր այլ տեսակներից:⁴⁶ Մասնավորապես, այս առանձնացումը դրսևորվում է կորպորատիվ էթիկայի հետ համեմատելու դեպքում, որը ենթադրում է, որ կորպորացիայի անդամը ամեն ինչ պետք է անի կորպորացիայի շահերը և արժեքները պաշտպանելու համար, այսպիսով արհամարհելով այլ սուբյեկտների շահերը և արժեքները: Լոբբիստի, առավել ևս GR մասնագետի գործունեության մեջ (որը ընկերության հաստիքի մեջ է մտնում) կոնֆլիկտը այս երկու էթիկական համակարգերի միջև ակնհայտ է:

Սակայն մասնագիտական էթիկան չի հանդիսանում մասնագիտական գործունեության նկատմամբ անձնական բարոյական պատկերացումների պարզ կիրառությունը: Մի շարք դեպքերում բարոյականության ընդհանուր կանոնների կոնկրետ կիրառումը կարող է բերել գործողությունների, որոնք մեծամասնության կողմից չեն ճանաչվի որպես բարոյական: Տ. Սասմենը արդարացիորեն նշում է. «Փոխադարձությունը դա չար բնագոյ չէ կամ իր բնույթով բացասական ուժ:⁴⁷ Բարոյականության ոսկե կանոնը, որոնց տարբերակները ամբողջ պատմության ընթացքում գտնվում են տարբեր մշակույթների կրոնական և բարոյական օրենսգրքերում, հանդիսանում է այդ սկզբունքի արտահայտությունը: Մշակույթների և կրոնների մեծամասնությունը հավանություն է տալիս և խրախուսում է նվերների կամ բարի գործերի փոխանակությունը, որպես քաղաքավարության լավ պահվածքի դրսևորում: Սակայն քաղաքական կառավարման արենայում փոխադարձությունը կարող է վտանգավոր լինել: Երբ լոբբիստի նվերը կամ ծառայությունը, որքան էլ այն համեստ լինի, մատուցվում է պառլամենտի անդամին, պետական գործիչի փոխադարձությունը կարող է ունենալ հեռուն գնացող, երկարաժամկետ և պոտենցիալ թանկ արժեցող հետևանքներ: Հետևաբար, այդ թվում կարևոր է որոշակի և մասնագիտական ընկերակցության կողմից ճանաչված նորմերի մշակումը:

Էթիկան և մասնագիտական բարոյականությունը կարող են դիտարկվել ինչպես բիզնես ուբյեկտի գոյության բարելավման գործիքներ, այնպես էլ մասնագիտության: Էթիկայի նորմերի պահպանումը թույլ է տալիս արագացնել բիզնես գործընթացները, քանի որ նվազեցնում է ուրիշ, աշխատատար և ծախսային կարգավորման մեխանիզմի

⁴⁶ *Дорскии А. К.* Этика и право публичных коммуникаций: регулирование брэндинга : научно-методические материалы. СПб.: Книжный Дом,

⁴⁷ *Susman T. M.* Private Ethics, Public Conduct: An Essay on Ethical Lobbying, Campaign Contributions, Reciprocity, and the Public Good // *Stanford Law & Policy Review*. 2008. Vol. 19. No. 1. P. 17.

կիրառման նշանակալիությունը՝ իրավունքները, ինչպես նաև բարձրացնել հասարակության վստահության աստիճանը GR տեխնոլոգիայի սուբյեկտի նկատմամբ: Օրինակ, սկանդալային շարքը, որոնք կապված էին ամերիկյան լոբբիստների գործունեության հետ 21-րդ դարի առաջին տարիներին, բերեց նրանց գործունեության իրավական կանոնակարգման խստացմանը: Արդեն բարեփոխումների նախախատրաստման շրջանում լոբբիստների իրավաբանական ծառայությունների պահանջարկը, այդ թվում կրթական բնույթի ծառայությունների պահանջարկը, խիստ աճեց: ⁴⁸ Իրավաբանների վրա ծախսված միջոցները կարելի էր տնտեսել, եթե լոբբիստները (ինչպես նաև կոնգրեսականները) բարոյականության տեսակետից իրենց կասկածելի գործունեությամբ չհրահրեին պետության կողմից համապատասխան միջոցառումների ընդունումը: Public Affairs-ի բնագավառում գործող մասնագետների վերաբերյալ կարևորագույն նշանակություն ունի նաև ամբողջ հասարակության գոյության բարելավումը: Իրենց գործունեության բնույթով լոբբիստները և GR մասնագետները այս կամ այն հատվածում գործերի վիճակի վերաբերյալ պետական մարմիններին մասնագիտական ծանրակշիռ և անմիջական տեղեկատվություն հասցնելու կարևոր ֆունկցիան են կատարում և հանդիսանում են ժողովրդավարության նշանակալի ինստիտուտներից մեկը:

Ընդգծենք վերևում շարադրվածից բխող մասնագիտական էթիկայի երկու առանձնահատկություններ: Առաջինը, այն չի հանդիսանում կանոններով մասնագետի վրա դրսից դրված «հավելուկ» իր մասնագիտությանը: Ընդհակառակը, այն մասնագիտության էության դրսևորումն է՝ «գենետիկ հիշողության» դրսևորումը, որը թույլ է տալիս մասնագիտությանը հաջողությամբ գոյություն ունենալու հաջողակ հասարակության մեջ:

Մասնագիտական գրականության մեջ վաղուց ամրագրված է տերմինաբանական տարբերությունը **արհեստավարժերի** և **մասնագետների** միջև, ովքեր տիրապետում են միայն ընթացիկ խնդիրների լուծման գործիքակազմի ⁴⁹ : Արհեստավարժ ընկերակցության խնդիրն է՝ ձևավորել այս «գենետիկ հիշողության» ինչպես բովանդակությունը, այնպես էլ նրա փոխանցման միջոցները: Հակառակ

⁴⁸ *Allard N. W.* Lobbying Is an Honorable Profession: The Right to Petition and the Competition to Be Right // *Stanford Law & Policy Review*. 2008. Vol. 19. No. 1. P.

⁴⁹ *Пау М.* Политика развития: первые шаги в России. М.: Касталь, 1995.

դեպքում արհեստավարժությունը միայն առանձին անձանց սեփականությունն է, ովքեր ընդունակ են ինքնուրույն հաշվել կամ զգալ իրենց գործողությունների հեռավոր կամ անուղղակի հետևանքները:

Երկրորդը, մասնագիտական էթիկան չի հանդիսանում հանձնարարականների կամ բարի խորհուրդների հավաքածու: Մասնագիտական էթիկայի պահանջները ավելի միանշանակ են և կոշտ, քան իրավունքի պահանջները, որը նույնիսկ քրեական դատավարության մեջ բավականին լայն դիապազոն է տալիս դատավորին՝ իր անձնական հայեցողության համար: Բացի դրանից, էթիկայի նորմերը ավելի բարձր նշանաձող են դնում, քան օրենսդրությունը: Սակայն ի տարբերություն իրավունքի, բարոյականությունը գրեթե չունի իր կարգադրությունները կազարելու նկատմամբ հարկադրանքի հնարավորություններ, դրանք չկատարելու համար՝ պատիժներ: Մասնագիտական բնագավառում այդպիսի հնարավորությունները պետք է ստեղծվեն մասնագիտական ընկերակցության մարմինների կողմից և ընդգրկեն ինչպես պատժիչ, այնպես էլ խրախուսական միջոցառումներ:

Այնուամենայիվ հետազոտողները որպես լոբբիստի և GR ասնագետի մասնագիտական էթիկայի հիմնական սկզբունք, անվանում են հասարակական բարօրությանը հետևելու սկզբունքը:⁵⁰ Տվյալ բնագավառում այդ սկզբունքը ձևակերպվել է դեռևս **1874թ. ԱՄՆ-ի Գերագույն դատարանում «Տրիստը ընդդեմ Չիլդի»** գործով նշանավոր որոշման մեջ. «Եթե երկրի խոշոր կորպորացիաներից որևէ մեկը վարձակալի արկածախնդիրների, ովքեր գործը այնպես տանեն, որպեսզի ապահովեն ընդհանուր օրենքի ընդունումը իրենց մասնավոր շահերը առաջ մղելու համար, յուրաքանչյուր բանական մարդու բարոյական զգացմունքը բնազդաբար կդատապարտի և՛ գործատուին, և՛ աշխատավորին՝ որպես կոռուպցիայի մեջ թաթախվածի, իսկ նրանց զբաղմունքը՝ ամոթալի... Այնտեղ, որտեղ ամենաթողություն կա, օրենքը չի օգնի կողմերից ոչ մեկին»:⁵¹ Այս սկզբունքի անկասկածելի կարևորությունը և առաջնայնությունը, որը հասարակության աչքում արդարացնում է լոբբիստի մասնագիտության գոյությունը, չեն վերացնում այն կատարելու անորոշությունը կյանքում: Խնդիրն ունի երկու բաղադրիչներ: Ընդհանուր

⁵⁰ *The Ethics of Lobbying... P. 84.*

⁵¹ *U.S. Supreme Court. Trist v. Child, 88 U.S. 21 Wall. 441 441 (1874) //Justitia.com. US Supreme Court Center.*

բարօրությունը տարբեր սուբյեկտների կողմից տարբեր կերպ է հասկացվում: Նշենք Վուդստոկսկյան տեխնոլոգիական կենտրոնից լրբբիզնի էթիկայի ուսումնասիրության հեղինակների սկզբունքային դիրքորոշումը: «Խելացի մարդիկ քննադատաբար հարցնում են. «Ո՞վ գիտի, թե ինչ է ընդհանուր բարօրությունը», կարծես թե այն նման է ֆիզիկայի օրենքի, որը պետք է հայտնագործել և հաստատել փորձնական ճանապարհով: Մեր պատասխանը այս թերահավատությանը ուղիղ և պարզ է: Ընդհանուր բարօրությունը դա այն է, որը մենք ձգտում ենք գտնել հրապարակային քննարկման և փաստարկումների միջոցով: ⁵² Ժամանակակից հասկացությամբ լրբբիստը արդեն նա չէ, ով գաղտնի ներազդում է իշխանության ներկայացուցչի վրա՝ նրա հետ պառլամենտի միջանցնքերում հանդիպելով: Այսօր լրբբիստը դա որոշակի տեսակետից փաստաբան է, ընդ որում, հենց «փաստաբան» տերմինը աստիճանաբար դուրս է մղում «լրբբիստ» բառին: 2012-2013թթ. Եվրոմիությանը հավատարմագրված լրբբիստների Ասոցիացիան վերանվանվեց հրապարակային քաղաքականության հավատարմագրված փաստաբանների Ասոցիացիայի: Այս հասկացությունը օրինականացնում է լրբբիզն ծնող շահերի տարբերությունը և նույնիսկ առճակատումը:⁵³

Բացի դրանից, տարբեր խմբեր տիրապետում են ազդեցիկության աստիճանով տարբեր լրբբիստների, GR կազմակերպության համար տարբեր ռեսուրսների, քան ընդհանրապես չեն տիրապետում: Մ. Օլսոնը ցույց է տվել, որ շահերի խմբերի կազմակերպման աստիճանը հակադարձ համեմատական է երկրի զարգացման ինտենսիվությանը. չկազմակերպված շահերը հաշվի չեն առնվում, որը նշանակում է ուշադրության բացակայություն հատկապես ամենացավոտ կետերի նկատմամբ: Այդպիսով ի հայտ եկած ռիսկերի նվազեցման համար բիզնեսը պետք է սոցիալական պատասխանատվություն դրսևորի, երբ խոշոր, լավ կազմակերպված և ֆինանսապես ապահովվված սոցիալական սուբյեկտները լուծում են ակնհայտ կերպով թույլ սոցիալական սուբյեկտների հայտնաբերման և հետագա պաշտպանության խնդիրները:

⁵² *McCarthy M.* Lobbying and the search for the common good // Woodstock Theological Center. 2002. Woodstock Report № 72.

⁵³ *Бентли А.* Процесс государственного управления. Изучение общественных давлений. М.: Изд-во Перо, 2012.

Ժամանակակից աշխարհում մասնագիտական էթիկայի գիտակցման, հիմնավորման և ինստիտուցիոնալացման առավել տարածված միջոցը հանդիսանում է մասնագիտական վարքի օրենսգրքերի ստեղծումը: Լոբբիստի գործունեությունը կարգավորող օրենսգրքերին կարող են պատկանել նաև օրենսգրքերը PR բնագավառում և էթիկական փաստաթղթերը, որոնք կարգավորում են քաղաքական գործիչների գործունեությունը և այլն: Սակայն գոյություն ունեն նաև հատուկ փաստաթղթեր: Դրանց են պատկանում ամենից առաջ ազգային օրենսգրքերը,⁵⁴ հանդիպում են նաև առանձին ընկերությունների մակարդակով համապատասխան օրենսգրքերի ստեղծման պրակտիկան, ինչպես, օրինակ, Henkel ընկերությանը: Գրեթե բոլոր միջազգային ինքնակարգավորվող կազմակերպությունները կենտրոնանում են Եվրոմիության մարմինների շուրջը: Անվանենք Եվրոպական ասոցիացիայի վարքի Օրենսդիրը Public Affairs-խորհրդատուներ (**European Public Affairs Constultanties Associaion, EPACA**), մասնագիտական գործերի Եվրոպական ընկերության ընդունած վարքի Օրենսգիրքը՝ **SEAP**, Եվրոպական միությանը կից լոբբիստների վարքի Օրենսգիրք: Նշենք նաև հասարակական գործերով Եվրոպական ընկերակցության ակտիվ հետազոտական և կրթական գործունեությունը՝ **PACE**:

Համաշխարհային նշանակություն է ձեռք բերել լոբբիստական էթիկայի Միջազգային Օրենսգիրքը: Այն ընդունվել է 2010թ. նոյեմբերին լոբբիստների Ամերիկյան լիգայի կողմից, որպես ազգային օրենսգիրք, 2012թ. մարտին՝ Եվրոպական Միությանը կից հավատարմագրված լոբբիստների Ասոցիացիայի կողմից,⁵⁵ իսկ 2012թ. աշնանը հրապարակային քաղաքականության փաստաբանների Միջազգային ասոցիացիայի կողմից Վաշինգտոնում նոր ձևավորված՝ **IPPAAF**:

Ինը հոդվածների և ներածականների (պրեամբուլ) վերլուծության հիման վրա (բոլոր երեք դեպքերում ներախականները տարբերվում են, IPPAA օրենսգրքի մեջ «լոբբիստ» տերմինի փոխարեն օգտագործված է public policy advocate) կարելի է առանձնացնել մասնագիտական էթիկայի հետևյալ սկզբունքները.

⁵⁴ Кодекс профессиональной этики лоббиста Ассоциации профессиональных лоббистов Польши; Кодекс этики Итальянской лоббистской ассоциации Il Chioistro; Кодекс этики Румынской ассоциации зарегистрированных лоббистов; Кодекс этики Сербской ассоциации

⁵⁵ Global Code of Public Policy Advocacy Ethics. URL: <http://ippaaglobal.org/Global%20>

Ազնվություն. լրբբիստը պարտավոր է ճշգրիտ և ամբողջական տեղեկատվություն հաղորդել պետական գործիչներին և հասարակայնությանը, ընդ որում, նա պարտավոր է նաև հետևելու իրավիճակի փոփոխությանը և այդ մասին ժամանակին տեղեկացնելու շահագրգիռ կողմերին, նա պարտավոր է ազնիվ և բաց լինել նաև պատվիրատուների հետ հարաբերություններում:

Օրինապահություն. լրբբիստը ոչ միայն ինքը չպետք է խախտի օրենսդրությունը, այլև չի կարող նմանօրինակ խախտումներ հրահրել պաշտոնական անձանց կողմից:

Արհեստավարժություն. լրբբիստը պարտավոր է մշտապես բարձրացնել իր բանիմացության մակադակը, հարգանքով վերաբերվել խաղընկերներին և մրցակիցներին:

Կոռեկտություն պատվիրատուի նկատմամբ. լրբբիստը պարտավոր է ամեն ջանք գործադրել պատվիրատուի շահերը պաշտպանելու համար, ընդ որում ձգտելով ծախսել այնքան ժամանակ և միջոցներ, որքան որ դրա համար իրականում պահանջվում է, պարտավոր է գաղտնի պահել պատվիրատուի գաղտնի խորհրդապահական տեղեկատվությունը:

Ծառայել հասարակությանը, այս սկզբունքը օրենսգիրքը կազմողների համար անբաժանելի է մասնագիտությանը ծառայելու սկզբունքից, քանի որ գործունեության թափանցիկությունը և լրբբիստի կողմից իր պարտականությունների բարեխղճորեն կատարումը պետք է բերեն հասարակության կողմից լրբբիզմի դերի հասկացմանը, որպես ժողովրդավարության ինստիտուտներից մեկի դերի:

Սակայն փաստագրական սահմանումը դեռևս չի ապահովում էթիկական նորմերի իրականացումը պրակտիկայում: 189 լրբբիստներից և GR մասնագետներից, տնտեսական զարգացման և համագործակցության Կազմակերպության հարցումներով 162 (86%) հայտարարել են, որ կանոնավոր կամ ժամանակ առ ժամանակ օգտվում են մասնագիտական օրենսգրքերից:⁵⁶ Կոռուպցիայի խնդիրը հայտնի է բոլոր երկրներին: Մեծ քանակությամբ մասնագիտական էթիկայի կոպիտ խախտումների օրինակներ են գրացնված ԱՄՆ -ում⁵⁷, Մեծ Բրիտանիայում⁵⁸, Գերմանիայում⁵⁹ և այլն: Եվրոպական

⁵⁶ Lobbyists, Government and Public Trust. V. 2. Promoting Integrity Through Self-Regulation. OECD, 2012. P. 70.

⁵⁷ Allard N. W. Lobbying Is an Honorable Profession. Vol. 19. No. 1. P. 23—68.

⁵⁸ Бодрунова С. С. Современные стратегии британской политической коммуникации. М.: Товарищество научных изданий КМК, 2010.

⁵⁹ Leif T., Speth R. (Hrsg.): Die fünfte Gewalt: Lobbyismus in Deutschland. VS Verlag für Sozialwissenschaften. 2006.

էկոնոմիկայի կոռուպցիոն ծախսերը կազմում են մոտավորապես 120 մլրդ եվրո՝ տարեկան: Եվրոմիության յուրաքանչյուր 12-րդ քաղաքացի բախվում է կոռուպցիայի դեպքերի հետ՝ վերջին տարվա ընթացքում; Ռուսաստանում, որը 136-րդ տեղում է կոռուպցիայի ընկալման վարկանիշում ըստ Transparency International-ի⁶⁰, իրավիճակը ավելի լարված է:

Ակնհայտ է, որ լոբբիստի և GR մասնագետի մասնագիտական էթիկայի խախտումները կարող են հրահրվել, ինչպես նրանց գործունեության օբյեկտների՝ պատգամավորների, գործադիր իշխանության մարմինների պաշտոնյաների, այնպես էլ պատվիրատուների կողմից: «Հասարակական կարծիք» ֆոնդի ուսումնասիրությունները ցույց են տալիս, որ կաշառք տված ռուսաստանցիների մեծամասնությունը դա արել է իր սեփական նախաձեռնությամբ: Ռուսաստանում կաշառքը գնահատվում է որպես իրենց խնդիրների լուծման արդյունավետ գործիք: Արդյունքում, և՛ Ռուսաստանում, և՛ արտասահմանում կոռուպցիայի դեմ պայքարի ժամանակ հիմնական ուշադրությունը հատկացվում է բիզնեսի ներկայացուցիչների և իշխանության ներկայացուցիչների գործունեության իրավական և էթիկական կարգավորմանը: Բնորոշ օրինակ կարող է ծառայել ռուսական բիզնեսի Հակակոռուպցիոն խարտիան:

Սրա հետ մեկտեղ, չի կարելի թերագնահատել հենց մասնագիտական ընկերակցության դերը: Որպես մոդել կարելի է դիտարկել, օրինակ, SEAP գործունեությունը: SEAP քաղաքականության ու կոդեքսների կոմիտեի վրա դրված են վարքի կոդեքսի չպահպանման դեպքերի դիտարկման խնդիրները; նախադեպերի համակարգի մշակումները, վարքի Օրենսգրքի չհապիանման վերաբերյալ, անդամների որակավորումը բարձրացնելու վերաբերյալ, հասարակայնությանը տեղեկատվություն հաղորդելը: Ընկերակցության բոլոր անդամների համար անցկացվում է 90 -րոպեանոց սեմինար՝ ըստ Օրենսգրքի, կայքի վրա մեկնաբանություններ են տեղադրված հարցերի և պատասխանների տեսքով, էթիկայի խախտման բողոքների ներկայացման և դիտարկման ընթացակարգ է մշակված: Դժբախտաբար, այսօր ինքնակարգավորումը մնում է գործնականում չօգտագործվող ռեսուրս: Նշված եվրոպական ուսումնասիրություններում ռեսպոնդենտների մեծամասնությունը հայտարարել է, որ

⁶⁰ Corruption Perceptions Index 2014. URL: <http://cpi.transparency.org/cpi2014/results/>

մասնագիտական օրենսգրքերի խախտումները կամ բոլորովին չեն հետապնդվում, կամ ոչ բավարար են հետապնդվում: Ներկայացվում է, որ գոյություն ունեցող ասոցիացիաներին հարկավոր է ուժեղացնել մասնագիտական կոմիտեների աշխատանքը ինչպես օրենսգրքի կատարման վերահսկողությամբ, այնպես էլ նրանց առաջընթացով:

Այստեղ կարող ենք մեջբերել Ռուսաստանում հայտնի մասնագետ Մարատ Բաշիրովի «GR մենեջերի 11 պատգամները»

1. Եղեք լավատես

Ռուսաստանում բիզնես վարելու միջավայրը անհարմարավետ է: Մասնավոր սեփականության և շահույթի ստացման իրավունքը չեն դարձել բնակչության մեծամասնության հասարակական աշխարհայացքի նորմերը, քաղաքական գործոնները իշխում են տնտեսական տրամաբանության վրա:

Կոնֆլիկտային իրավիճակներում բիզնես-մենեջերը հաճախ գործում են՝ արհամարհելով կարգավորիչներին և դրանով միայն կրկնապատկում են բացասական հետևանքները: GR-մասնագետը միշտ պետք է դեմքով շրջված լինի իշխանությանը: Բիզնեսի պաշտպանության և առաջընթացի համակարգերը կառուցվում են տարիներով: Կարևոր է նպատակին հասնելու հնարավորության մեջ ձեր անձնական հավատը, ինչ էլ որ անի իշխանությունը:

2. Մի քննադատեք իշխանության գործունեությունը

Ուզում եք որևէ բանի հասնել, առաջարկեք և պաշտպանեք: Իշխանության ներազդեցությունը կարգավորող բիզնեսի համար հետևանքների գնահատումը, որպես առաջարկությունների և փորձագիտական կարծիքների ներդրման մեխանիզմ, արդեն արդյունավետ է գործում: Քննադատելով իշխանությանը, առավել ևս հրապարակայնորեն, դուք փոխում եք ամպլուան և դառնում եք քաղաքական գործիչ: GR-մենեջերի դերն է՝ երկխոսության կազմակերպիչ, այլ ոչ թե վեճի:

3. Ընդունեք պետության տնտեսական մոդելը այնպիսին, ինչպես որ կա

Բիզնեսը ստեղծվում է գոյություն ունեցող մոդելի մեջ և ձգտում է սկսել աշխատել՝ հասկանալով ռիսկերը և հնարավորությունները: Մոդելները միշտ անարդարացի են կամ մատակակարի համար, կամ սպառողի համար: Բիզնեսը վարձում է ձեզ, որպեսզի նվազեցնի ռիսկերի հավանականությունը՝ կապված իշխանության մարմինների

որոշումների հետ կամ անբարեխիղճ մրցակցության հետ: Ցանկացած մոդելի մեջ կարելի է ստեղծել բիզնեսի բարենպաստ պայմաններ՝ ազդեցության տեխնոլոգիաների և ռեսուրսների առկայության դեպքում:

4. Աշխատեք մարդու հետ, այլ ոչ թե նրա բազկաթոռի

Ձևավորեք կապեր և հարաբերություններ ոչ միայն ծառայության ժամանակ: 18:00 հետո ձեզ հետաքրքրող մարդը փոխում է ամպլուան: Ն արդեն հայր է, ֆուտբոլիստ կամ թատերագետ: Ռուսաստանում վարչական էլիտայի հիմքը դրանք մինիստրների տեղակալներն են, դեպարտամենտների ղեկավարները, վարչության ղեկավարները: Նրանք ձևավորում են իրական «օրակարգը», կարգավորում են որոշումների ընդունման արագությունը, պատրաստում են փորձագիտական աջակցություն: Շնորհիվ բարձր կարգավորիչ իրավասության, նրանք գիտեն ինչի վրա է աշխատում բիզնեսը: Խորհրդատվությունները, տեղեկատվությունների փոխանակումը և «հեռախոսային իրավունքը» պահպանվել են նրանց պրակտիկայում: Մեկի հետ անձնական հարաբերությունները հնարավորություն են տալիս շփումներ կամ տեղեկատվություն ստանալ մյուս պաշտոնյաներից:

5. Եղեք օգտակար բիզնեսին և իշխանությանը:

Ընկղմվեք բիզնեսի էության մեջ: Բիզնես-թիմում ձեր աշխատանքի արդյունավետությունը կախված է բիզնես-գործընթացների հասկանալուց, մրցակցային միջավայրից, ինչպես են կարգավորիչ որոշումները ազդում զարգացման և շահութաբերության վրա: Իշխանության որոշումները թվայնացնել կամ գրանցել ռիսկ մենեջմենթի տեխնոլոգիաների միջոցով: Օգտակար եղեք պաշտոնյաներին: Նրանց հետ համագործակցությունը դա միշտ ճանապարհ է՝ երկկողմանի շարժումով: Ընկղմվեք նրանց աշխատանքի մեջ, նրանց շարժառիթների և թայմինգի մեջ: Գործադիր իշխանության դաշնային մարմինների մեջ վարչարարության նորմատիվային հիմունքները գիտենալը պարտադիր է: Հասկացեք, թե ինչ են սպասում պաշտոնյաները ձեզ հետ համագործակցությունից: Տալով այն, ինչը անհրաժեշտ է նրանց իրենց արդյունավետ աշխատանքի համար, դուք հնարավորություն եք ստանում հասնելու ձեր նպատակներին: GR-մենեջերի արվեստը կայանում է նրանում, որպեսզի կարգավորիչ իրավիճակներում փոխզիջումներ գտնի իշխանության նպատակների և բիզնեսի շահերի միջև:

6. Հավատարիմ եղեք ձեր գործատուին

Բիզնեսի համար ձեր գործառնությունն է ռազմավարական մենեջմենթի սպասարկումը: Նպատակները, մեթոդները, ռեսուրսները և կորպորատիվ մշակույթը որոշում են բաժնետերերը և միավորման ղեկավարությունը: GR-դա միշտ բաժնետերերի և տոպ-մենեջերների գործիքն է, և դուք միշտ ավելի շատ գիտեք, քան միավորման մյուս բիզնես-մենեջերները: Հավատարիմ եղեք ձեր գործատուներին և անկեղծորեն կիսեք նրանց բիզնես-աշխարհայացքը, այդ ժամանակ ձեզ կլսեն և կվստահեն:

7. Ստեղծեք անձնական կապեր և հարաբերություններ

Ձեր հաջողության աղբյուրներն են ձեր համբավը, բանիմացությունը և կապերը: Ռուսաստանի վարչական էլիտան փակ և դժվարաշարժ սոցիալական խումբ է:

Իշխանությունից անցումը բիզնես միջին մակարդակի վրա հազվադեպ է, իսկ հորիզոնական տեղափոխությունը նորմա է: Տեսադաշտից դուրս մի թողեք պաշտոնյային, եթե նա նույնիսկ այլ բնագավառ է տեղափոխվել: Օգնեք նրան դժվար պահին, քանի որ վաղը նա կարող է վերադառնալ: Ձեր հեռանալով բիզնեսին չեն փոխանցվում կապերը և հարաբերությունները, բայց օգնեք ձեր նախկին գործատուներին, երբ նրանք ձեզ դիմեն (բացառությամբ մրցակցային թեմաների): Կապեր ստեղծեք ոչ միայն պետական կառավարիչների հետ, այլև բիզնեսմենների հետ նույնպես:

8. Թիմը ռեսուրսներից կարևորագույնն է:

Բարդ կարգավորիչ որոշումները ընդունվում են գործադիր իշխանության դատական դաշնային մարմինների հետ համաձայնեցված տարբեր գործառնություններով: Ձեր փաստարկները կընդունվեն, եթե նրանք արհեստավարժ են և հիմնավորված: Այդ արդյունքին կարելի է հասնել իրավաբանների, մատակարարների, արտադրողների թ իմային աշխատանքով, ամեն ինչ կախված է կարգավորիչ որոշման բնագավառից և էությունից: GR-մենեջերի դերերն են՝ կազմակերպչական և ներկայացուցչական: Կարևոր է սահմանել թիմի աշխատանքի նպատակները և ընտրել նրանց, ովքեր դրանք կիսում են:

9. Իշխանության հետ համագործակցության համար անկախ հարթակներ ստեղծիր:

Ձեր ընկերության կամ միավորման համար բիզնես վարելու պայմաններ ստեղծելով դուք այն ստեղծում եք բնագավառի բոլոր մասնակիցների համար: Միավորեք բոլոր նրանց ջանքերը: Բնագավառի ընկերությունների մեծամասնության կողմից ստեղծված ոչ առևտրային կազմակերպությունների հրապարակային արտահայտած կարծիքը ընկալվում է որպես փորձագիտական: Այն բացառում է մասնավոր ընկերության շահերը պաշտպանելու գործում պաշտոնյային մեղադրելու ռիսկերը և մամուլի կողմից ընդունվում է որպես բանիմաց նյութային կարծիք:

10. Իրադարձությունների մոնիտորինգ կատարեք և սեփական կարծիքը կազմեք

Կարևոր իրադարձությունները շատ կարևոր է ժամանակին իմանալ: Միշտ չէ, որ նրանց մասին գրում են մամուլում: Նրանց համար միշտ կան անձնական և քաղաքական պատճառներ: Սեփական կարծիք ունեցեք նրանց մասին, որպեսզի ավելորդ սխալներ թույլ չտաք իշխանության հետ համագործակցության դեպքում և ժամանակին նվազեցնեք ռիսկերը բիզնեսի համար:

11. Անընդհատ սովորեք

Իշխանության մեջ և բիզնեսում վարչարարության տեխնոլոգիաները մշտապես զարգանում են, փոխվում է օրենսդրությունը, կատարելագործվում են հաղորդակցության ուղիները, փոխվում է բիզնես-լեզուն, ի հայտ են գալիս գիտելիքների նոր ուղղություններ: Բաց մի թողեք ոչ մի նորարարություն կամ փոփոխություն, դա ձեր համապատասխանության երաշխիքն է:

Եզրակացություններ և առաջարկություններ

«GR տեխնոլոգիաների հրամայականները Հայաստանի Հանրապետությունում» մագիստրոսական թեզի ուսումնասիրության շրջանակներում կատարված աշխատանքը թույլ տվեց ավելի իրատեսորեն գնահատել և արժևորել GR(government relations)-ի ճիշտ օգտագործման և կիրառման դերը նոր քաղաքական մշակույթ ձևավորող պետությունների համար,ինչպես նաև արդեն ձևավորված համակարգ ունեցող երկրներից փորձի փոխառնման անհրաժեշտությունը:Հատկապես Հայաստանի Հանրապետության բազմակողմանի և բազմաչափ առաջընթացի կարևոր գրավականներից մեկը կարող է հանդիսանալ այս համակարգի նպատակային ներդրումը մեր իրականություն:Ամփոփելով այս աշխատանքը եկանք հետևյալ եզրահանգումներին՝

1. Ներդրումային նախագծերի մանրակրկիտ նախապատրաստումը, պետական մարմիններում կապերի պահպանումը կրթության համակարգի զարգացման, քաղաքացիների կյանքի ուղու փոփոխության բանալին են:

2. GR-ը կարող է նպաստել ժամանակակից և արդյունավետ պետական կառավարման ձևավորմանը: Այն կարող է կազմակերպել մշտական և բաց երկխոսություն, ուղղված փոխշահավետ քաղաքական լուծումների ստեղծմանը, որոնք կապահովեն ՀՆԱ-ի կայուն աճը, ապահովելով ընկերությունների կապիտալացում, սոցիալական կայունության ապահովում և հասարակության անդամների հնարավորությունների հավասարեցում:

Պետության առաջատար դերը տնտեսության արդիականացմանը հասնելն է, տնտեսության պետական կարգավորման ինստիտուտների ուժեղացման անհրաժեշտությունն է, պետական իշխանության արդիականացված կոալիցիայի և խոշոր լեգիտիմ բիզնեսի ձևավորումն է, ազգային և սոցիալապես պատասխանատվության ձևավորումն:

3. Հետխորհրդային քաղաքական համակարգերի մեծամասնության համար, այդ թվում նաև Հայաստանի համար, լրբբիզմը չի հանդիսանում հաղորդակցության ուղի հասարակության և քաղաքական համակարգի միջև, քանի որ չի անցել իրավական

ինստիտուցիոնալացման: Միևնույն ժամանակ, չնայած լրբբիստական գործունեությունը կարգավորող հատուկ օրենսդրության բացակայությանը, լրբբիզմը հանդիսանում է նախկին սոցիալիստական երկրների քաղաքական համակարգի անբաժան մասը: Այսպիսի երկրների իրականության մեջ GR-ը դեռևս ոչ այնքան լայնորեն է տարածված բիզնես պրակտիկայում, իշխանության պետական մարմինների հետ համագործակցության հարցերով արհեստավարժ բիզնեսի հաստիքների մեջ, ներկայումս անշահութաբեր է համարվում:

4. Մեր խնդիրը հանդիսանում է ոչ թե տեղեկատվություն հաղորդելու ընդունակ ներկայումս գոյություն ունեցող ուղիների առավելագույն մասնատումը, այլ ուղիների այն տեսակների առանձնացումը, որոնք ընդունակ են սկզբունքորեն փոխելու GR հաղորդագրություն փոփոխականի բովանդակությունը (media is message):

5. «Հասարակություն-բիզնես-պետություն» տրիադայի մեջ շահերի հաշվեկշիռն որոնումը միշտ հրատապ է մնում բոլոր պատմական ժամանակաշրջաններում և բոլոր քաղաքական հասարակարգերում: Այդ հարբերությունների ստեղծման և ամրապնդման համար անհրաժեշտ է տրիպարտիստական համակարգի խորը և թափանցիկ կիրառելիություն,ինչը կարող է առաջացնել կառավարման իրականացման նկատմամբ հասարակական կարծիքի զգալի դրական տեղաշարժ:

6. GR-ի և լրբբիզմի տարանջատման և տարբերությունների ընկալման մեջ կարող է թաքնված լինել ոլորտի զարգացման հեռանկարը:GR-ը ընդհանուր մենեջմենթի բնագավառն է, իսկ լրբբիզմը՝ ուղի, ինտերֆեյս, հասարակության ինստիտուտ, որի միջոցով կազմակերպությունները ջանում են հաղորդել իրենց որոշումները: Այլ խոսքերով, GR-ը ընդհանուր մենեջմենթի բնագավառ է, իսկ լրբբիզմը՝ տեխնոլոգիա:

7. Ընդհանուր առմամբ GR-ի ընդունելությունների փաթեթի օգտագործումը ապահովում է լուծումների նախապատրաստման եւ ընտրության տեղեկատվական բազայի ընդլայնումը, ներառում է այդ թվում հետաքրքրված խմբերի սուբյեկտներ, որոնք ունեն ազդեցություն որոշումների վրա, մոբիլիզացնում է հանրային աջակցությունը կամ ընդդիմության օրինագծերի նախաձեռնումը, պայմաններ է ստեղծում քաղաքացիների մասնակցությունը սահմանադրական իրավունքների կառավարման մեջ, օգնում է բարձրացնել պետական մարմինների գործունեության արդյունավետությունը:

8. Տեղեկատվության վերլուծական մշակումը թույլ է տալիս հասկանալ կազմակերպության տեղը շրջակա միջավայրում, նրա թույլ և ուժեղ կողմերը, իրավական «անվտանգություն» մեջ, որոշակի որոշումների ընդունման դեպքում հնարավոր գործողությունները, իրավիճակի վերահսկման աստիճանը: Շրջակա միջավայրի վիճակի վերլուծությունը համալրվում է ինտենսիվ փոխազդեցությամբ՝ գործունեության իրավական պահպանման, մարքեթինգի, ֆինանսների, տարածաշրջանային զարգացման և կազմակերպության այլ պատասխանատու ստորաբաժանումների հետ:

9. GR ուղղությունը կարող է դառնալ քաղաքացիների, իշխանության և բիզնեսի միջև շահերի հավասարակշռության արհեստավարժ որոնման գործիք, իշխանության և բիզնեսի համագործակցության որակյալ մակարդակից է շատ բանով կախված երկրում խոշոր ինֆրակառուցվածքային ազգային նախագծերի իրականացումը, էկոնոմիկայի զարգացումը և նորարարական կողմնորոշումը, և որպես ամբողջական հետևանք՝ տվյալ երկրի ուրույն տեղը աշխարհում:

10. GR-հաղորդակցության մեջ երկխոսություն ստեղծող դրական հակադարձ կապը, որի մեջ նախաձեռնությունը անցնում է հրապարակային մարմնին կամ երրորդ անձին, ունի ոչ պակաս նշանակություն, քան բացասական հակադարձ կապը, որը իր հետևից ներգրավում է GR-հաղորդագրության հաղորդման տեխնոլոգիաների կամ բովանդակության վերանայում և նորացում: Իսկ իրական հատկանիշը, որը որոշում է գործունեության պատկանելիությունը այս կամ այն տեխնոլոգիային, հանդիսանում է GR-սուբյեկտի համար ակնհայտ հակադարձ կապի առկայությունը, որը նախաձեռնում է հաղորդակցության գործընթացը՝ երկխոսությունը:

11. Զարգացող երկրները կարող են բացահայտել իրենց ներուժը GR կապերի գործառնման ընթացքում դերակատարների միջև ձևավավորված համագործակցության և դիսկուրսի վարման պայմաններում: Այս գործընթացները թույլ են տալիս հասկանալու, արդյո՞ք զարգացման վեկտորը, որը ուղղված է դեպի պետություն-բիզնես փոխըմբռնմանը և կայուն զարգացմանը ունակ են ձեռք բերել շարունակական բարեփոխումների բնույթ՝ լուծելով սոցիալ-տնտեսական մի շարք խնդիրներ և կանխելու քաղաքական զարգացման ճգնաժամերը:

12. Տրիպարտիստական համակարգը իրենից ենթադրում է մասնակից բոլոր կողմերի իրավահավասար և բազմակետոր համագործակցություն,որի արդյունքը կարող է լինել թե՛ մասնակիցների միասնական աշխատանք կատարելու շահագրգռվածության աճը , և թե՛ հասարակության կողմից հետադարձ կապի շնորհիվ հնարավոր բացերի և խնդիրների բարձրաձայնումը և լուծումը:

13. Կառավարչական տեխնոլոգիաները որպես քաղաքական համակարգի գործառույթների իրականացման առավել ռացիոնալ ուղղիների ամբողջականություն, մեթոդների եւ ընթացակարգերի համադրություն, ուղղված են քաղաքական գործընթացների արդյունավետության բարձրացմանը եւ սահմանված նպատակներին հասնելը, ժամանակակից քաղաքագիտության սերտ ուսումնասիրման առարկա են:

Այս եզրակացությունները հանրագումարելով առաջարկում ենք ստեղծել համապատասխան կոմիտեներ,որոնց առաջնային խնդիրը կլինի GR ոլորտի զարգացմանն ուղղված քայլերի մշակումը և անհրաժեշտ օրինագծերի ստեղծումը,որոնք կներկայացվեն օրենսդիր մարմնի քննարկմանը:

Օգտագործված գրականության ցանկ

Իրավական ակտեր

1. ՀՀ Սահմանադրություն (2015թ. փոփոխություններով)
2. ՀՀ կառավարության 2003 թ.-ի նոյեմբերի 6-ի № 1522-Ն որոշումը «Հայաստանի Հանրապետության հակակոռուպցիոն ռազմավարության և դրա իրականացման միջոցառումների ծրագիրը հաստատելու մասին»
3. «Լոբբիստական գործունեության մասին» ՀՀ օրենքի նախագիծ

Գրականություն

1. Մարգարյան Մ., Լեգիտիմության հիմնախնդիրը քաղաքական զարգացումներում.- 21-րդ դար («Նորավանք» գիտակրթական հիմնադրամի հանդես), 2007, N 3 (17), էջ 162 :
2. Автономов А. С. Лоббизм и политические партии // Представительная власть: мониторинг, анализ, информация. 1995. № 3. 365 С.
3. Анохин М., Зотов С. Зарубежные теории и российская практика: [О лоббистской деятельности] // Предпринимательство. Политика. Наука. 1996. № 2. 290 С.
4. Белов В., Вяткин К. Лоббистская деятельность в ФРГ // Бизнес и политика. М., 1995. № 4. 220 С.
5. Бубер М. Два образа веры. [Сборник / Пер. с нем / Вступ. ст. Г.С. Померанца]. М.,1995.336 С.
6. Вишняков В. Г. Проблемы государственного регулирования "лоббизма" в Российской Федерации // Представительная властк мониторинг, анализ, информация. 1995. № 3.188 С.
7. Вяткин К. С. Лоббизм по-немецки // Полис, 1993. № 1. Губернаторов В. Группы влияния российских деловых кругов//Власть. М., 1995 №7. 175 С.
8. Зяблюк Н. Лобби - слово не ругательное // Торгово-промышленные ведомости. 1992. №8. 145 С.

9. Зяблук Н. Соединенные Штаты Америки: новый закон о лоббистской деятельности // Бизнес и политика. 1996. №3. 269 С.
10. Иванов Н. Лоббизм в политической культуре США // Власть. 1995. № 8. С. 3. Иностранное конституционное право / Под ред. проф. В.В. Маклакова. М.: Юрист, 1996. 512 С.
11. Клименко В. Российский лоббизм и проблемы его законодательного регулирования // Бизнес и политика. 1995. № 2. 344 С.
12. Куме К. Лоббизм и его регулирование: советы британского эксперта // Бизнес и политика. 1994. № 1. 222С.
13. Лепехин В. А. Лоббизм. М.: Российский Юридический Издательский Дом, 1995. 116с.
14. Лоббизм в России: этапы большого пути /Авторский коллектив под рук-вом А. А. Нецадина. М., Экспертный институт РСПП и Фонд развития парламентаризма в России, 1995. 50 с.
15. Любимов А.П. Классификация видов лоббизма. Материалы к международному "круглому столу" в МГЮА. - М.: АНО КиАЦ "Россия - США: XXI век", 1999. 104 с.
16. Любимов А.П. Конституционно-правовые основы формирования лоббистских отношений в открытом обществе. (Антикоррупционный проект). - М.: Издание Государственной Думы, 2000. 391 с.
17. Любимов А.П. Лоббизм как конституционно-правовой институт. - М.: ИГП РАН 1998. 256 с.
18. Нецадин А., Блохин А., Верещагин В. Лоббизм в России: (Подражание худшему или переход к лучшему?) // Безопасность. 1995. № 5-6. 120С.
19. Перегудов С.П., Лапина Н.Ю., Семенов И. С. Группы интересов и российское государство. 1999. М.: Эдиториал УРСС. 352 с.
20. Перегудов С., Семенов И. Лоббизм в политической системе России // Мировая экономика и междунар. отношения. 1996. № 9. 251С.
21. Радкевич С. О деятельности предпринимателей в сфере лоббизма/ Парламентский Центр Рос. Федерации. М., 1993. 14 с.

22. Векслер А., Тульчинский Г. Зачем бизнесу спонсорство и благотворительность. М., 2002. 398С.
23. Выжutowич В. За власть совета! // Московские новости. 2005. № 7. 18 февраля. 111С.
24. Гликин М. Мишка три процента // Независимая газета. 2005. 31 января. 18С.
25. Голикова Л., Гришина Т. Ходоки на гонораре. Коммерсант-Деньги. 17. 09. 2002. С385
26. Ионин Л. Г. Олигархи: в кавычках и без кавычек. Предисловие / Паппэ Я. Ш. Олигархи: Экономическая хроника 1992–2000. М., 2000. С240.
27. Катлип С. М., Сентер А. Х., Брум Г. М. Паблик рилейшнз: Теория и практика / Пер. с англ. М., 2001. 98С.
28. Крыштановская О. Анатомия российской элиты. М., 2005. 310С
29. Маргарян М., Меликян Р., Управление политическими GR-технологиями в Армении как фактор становления демократической консолидации // 21-й ВЕК, №3, 2010, 144 с .
30. Могунова М. А. Скандинавский парламентаризм: Теория и практика. М., 2001. 233С.
31. Пашенцев Е. Паблик рилейшнз: от бизнеса до политики. М., 2000.
32. Политико-административное управление: Учебник / Под общей ред. В. С. Комаровского, Л. В. Сморгунова. М., 2004. 362С
33. Политическая система США: Актуальные измерения. М., 1993. 182С
34. Радкевич С. От пиара до джиара // Стратегия России. 2004. № 10. 238С.
35. Радкевич С. Что делать с Башмачкиным? Политические партии и исполнительная власть // Стратегия России. 2004. № 8. 167С.
36. Ротбард М. Власть и рынок: Государство и экономика / Пер. с англ. Б. С. Пинскера. Под ред. Г. Сапова. Челябинск, 2003. 239С
37. Фортескью Ст. Правит ли Россией олигархия? // Полис. 2002. № 5. 388С.
- 38.** Шикина М. Лоббизм, свет в конце коридора // Новое время. 1995. № 8. 341С.

39. Сидорская И.В. Government Relations как деятельность и как коммуникация. Из материалов заседаний GR-клуба. Санкт-Петербург, 2015. Апр., 23. 377С.
40. Смирнов В.В., Зотов С.В. Лоббизм в России и за рубежом: политико-правовые проблемы // Государство и право. 1996. № 1. 120С.
41. Сулакшин С.С. Лоббизм. Открывая рубрику// Новые рынки. М., 2002, №2. 295 С.
42. Сулакшин С.С. Практика промышленного лоббизма. Как делать законы своими руками. - М.: ФРПЦ, 2001. - 215 с.
43. Шуровский М. Законодательное регулирование лоббистской деятельности в органах представительной власти: опыт США // Бизнес и политика. М., 1995. № 3(4). 155С.
44. Яковлев И.П. Основы теории коммуникаций. СПб, 2001. 410С.
45. Allard N. W. Lobbying Is an Honorable Profession. Vol. 19. No. 1. 245 P.
46. McCarthy M. Lobbying and the search for the common good // Woodstock Theological Center. 2002. Woodstock Report № 72.420 P.
47. Susman T. M. Private Ethics, Public Conduct: An Essay on Ethical Lobbying, Campaign Contributions, Reciprocity, and the Public Good // Stanford Law & Policy Review. 2008. Vol. 19. No. 1. 220 P.
48. The ethics of lobbying Organized Interests, Political Power, and the Common Good Woodstock Theological Center. 112 P.
- Համացանցային կայքեր
49. «Հայաստան. Ազգային ինդիկատիվ ծրագիր 2011-2013», էջ 6.
http://www.mineconomy.am/uploads/NIP_2011-2013.pdf
50. Ключевант В. Сегодня эффективный лоббизм в России невозможен без взаимодействия с силовыми структурами // <http://www.stratagama.org>
51. Козловский В. Пресса США: сказать Путину правду или отстать // <http://www.news.bbc.co.uk/hi/russian/news>
Коммерсант-Власть. 2002. 25 ноября. // <http://www.scilla.ru/works/raznoe/surkov.html>

52. Ратиани Н. Власть и бизнес столкнулись лоббизмами //

<http://www.finiz.ru/cfin/tmpl-art>

53. Corruption Perceptions Index 2014. URL:

<http://cpi.transparency.org/cpi2014/results/>

54. Global Code of Public Policy Advocacy Ethics. URL:

<http://ippaaglobal.org/Global%20>