

LOBBİZM VƏ ONUN SIYASI PROSESLƏRDƏ YERİ VƏ ROLU

UOT 32

DOI:10.30546/3006-0346.2023.6.78.12

AYGÜN MUSAYEVA

Bakı Dövlət Universiteti,
Beynəlxalq münasibətlər və iqtisadiyyat fakültəsi,
Politologiya və sosiologiya kafedrasının dissertantı

E-mail: aygunmusayeva@gmail.com

Lobby termini hərfi mənada dəhliz, kluar deməkdir. Siyasi terminologiyaya ilk dəfə ABŞ-da XIX əsrin əvvəllərində daxil olmuşdur. Bəzi mənbələrə əsasən (lobby agent formasında) bu termin ilk dəfə 1829-cu ildə meydana çıxmış və ilk dövrlərdə bu termin vasitəsilə Olbani şəhərinin hökumət binalarının koridorlarında Nyu-York ştatının vəzifəli şəxsləri ilə görüş və tanışlıq axtaran adamlara işarə etmişlər. Sonralar bu termin ölkə paytaxtına köç edərək jurnalistlər tərəfindən hal-hazırkı vəziyyətdə qısaltılmış və XIX əsrin 30-cu illərində Vaşinqtonda geniş vüsət almışdır. Elə o zamandan başlayaraq lobby lobbist, lobbizm terminləri Amerika siyasi leksikonunda ən çox işlədilən terminə çevrilmişdir. Keçən əsrin sonunda (XIX əsr) kapitalizmin inkişafı ilə əlaqədar cəmiyyətin fəaliyyətinin bütün sahələrində dövlət müdaxiləsinin rolu günü-gündən artırdı. Bununla əlaqədar cəmiyyətin qanunvericilik və amirlik fəaliyyətinin təsir və nüfuzu da güclənir [2 s, 8]. Bütün sosial qruplar bu təsiri öz üzərində hiss edirdilər. Elə məhz bununla əlaqədar bu qruplar öz maraq və məqsədlərinin təmin edilməsi, onların həyata keçirilməsi üçün daim dövlət hakimiyyət orqanlarına müraciət etməli olurdular. Bu dövrdə həmin qrupların daimi maraqlarını ifadə edən assosiyaların, sahibkarlar ittifaqlarının yaranması lobby termininə onun hal-hazırkı mənasının, yəni daima müəyyən qrupların maraqları nöqtəyi-nəzərindən çıxış edən adamların təşkilatı mənasını aldı. Elə o zamandan konkret situasiyalarda bu termin müəyyən məzmunlarda müxtəlif cür səslənir. Məsələn: dəmir yol lobbisi, neft lobbisi, şəkər lobbisi, həmkarlar lobbisi kimi sözlər indi də səslənməkdədir. XIX əsrin sonlarında Amerika siyasi elmində maraq-mənafe qrupları nəzəriyyəsi meydana çıxdı və o zamandan başlayaraq lobby termini həmin təminlərlə bərabər işlədilməyə başlandı. Amerika siyasi fikrinə əsasən lobby terminin 3 əsas mənası vardır:

1. Daha geniş mənada bu termin təzyiq qruplarının termini ilə eyni mənada işlənilməməlidir.

2. Nisbətən dar mənada o adamı lobbist hesab etmək olar ki, o pul hesabına digər adamın və ya qrupun mənafeyi naminə konqress üzvlərinə birba-

şa müraciət etməklə qanunvericilik prosesinə təsir etməyə çalışır.

3. Daha dar mənada o adamı lobbist adlandırmaq olar ki, o öz fəaliyyətini qanuni qeydiyyatdan keçirir [1 s, 34].

Amerika tədqiqatçıları Adrian və Pressin fikrincə lobbist ictimai siyasətə təsir göstərmək istəyən mənafe qruplarının agent və nümayəndəsidir. Buraya həmçinin müxtəlif hökumət dairələrində səlahiyyət axtaran biznesmenləri, öz şəxsi məqsədlərinin güdən jurnalistləri, konqresmenlə tanışlıq axtaran bütün adamları aid etmək olar. Müasir Amerikan siyasi elmində dövlət hakimiyyət aparatına təzyiq göstərən şəxslərin və qrupların daimi fəaliyyətləri ilə məhdudlaşdırılmır. Sözü geniş mənasında lobbizm anlayışını konqress və icra orqanlarına təsir göstərən barədə ehamlara belə aid etmək olar. Lobbizm həmçinin bu fəaliyyət çərçivəsində braşuraların çap edilməsini və televizordakı çıxışlarını da aid etmək olar. Elə buna görə də lobbizm kimi həmçinin bu fəaliyyətə qoşularaq konqressə məktublar göndərən sırası müəllifləri həmçinin də konqresin fəaliyyətinə təsir göstərmək istəyən korporasiya prezidentini də aid etmək olar. Lobbizmin klassik forması şəxsi görüşlər vasitəsilə qanunvericiyə bilvasitə təsir göstərməklə əlaqədardır. Bu cür lobbizmi bir başa lobbizm adlandırırlar. Qeyd etmək lazımdır ki, ABŞ hətta ali məhkəmənin xüsusi qərarı da lobbizmi hüquqi cəhətdən əsaslandırılmış və ona ayrıca tərif də verilmişdir. Bu qərar qeyd edilir ki, lobbizm kimi yalnız bir başa lobbizm tanınır. Lakin kütləvi informasiya vasitələrinin yüksək inkişaf etməsi ilə əlaqədar olaraq lobbizm öz fəaliyyətdə artıq dolay təsirlərdən də istifadə etməyə başlayır. Məs: konqresmenə təsir göstərən məqsədlə lobbist artıq onunla şəxsi tanışlıq axtarmayıb televiziya və qəzet vasitəsilə də ona təsir göstərə bilər, müraciət edə bilər. Lobby fəaliyyətinin mənafe qruplarının ifadəçisi kimi çıxış edir. Adrian və Press yazırdı: “mənafe qrupları ümumi vərdişlər qaydalar əsasında toplanmış adamların yığınaqlarıdır. Həmin qrup üzvləri cəmiyyətin digər qrupları arasında öz qaydalarını və davranışlarını yaymaq, genişləndirmək məqsədi ilə tələblər irəli sürürlər”. Lobbizmdən danışarkən eyni zamanda təzyiq qruplarından danışmaq da lazım gə-

lır. Bununla əlaqədar lobbizmin icra strukturunu elə bir struktur kimi müəyyən etmək olar ki, müəyyən dövlət hakimiyyət orqanları ilə lobbi münasibətləri daim yeganə və əsas funksiyaları daşmalı olurlar. Bu halda bu struktura, təzyiq qrupları formasında çıxış edən, təşkilatların xüsusi bölmələri, eləcə də təzyiq qruplarının daimi və mütəmadi surətdə müraciət etdikləri və lobbi xidmətləri olan müvafiq müstəqil təşkilatlar daxildir [3 s, 29].

Lobbizmin əsas tədqiqatçılarından biri amerikalı alim L.Milbertin fikrincə, əksər adamlar, yəqin ki, lobbi karyerası barədə heç fikirləşmir. Lakin onların keçmiş fəaliyyətləri, onların əksəriyyət üçün lobbi sahəsinə də qoşulmağa münbit şərait yaradaraq ilk addım rolunu oynayır. Adətən lobbi fəaliyyətinə o adamlar can atır ki, onlar əvvəllər ya siyasətlə məşğul olmuşlar, ya da ki, konqresdə məmur kimi xidmət göstərmişlər. Lobbi vəzifəsinə ən az can atanlar isə biznes sahəsinin adamlarıdır.

Milbert belə bir populyar fikri də təkzib edir ki, əksər lobbistlər məhz keçmiş konqress üzvləridir.

Keçirdiyi sorğulara əsaslanaraq o qeyd edir ki, lobbi kadrlarının əsas mənbəyi qanunverici və icra orqanlarının keçmiş məmurlardan ibarətdir. Bununla əlaqədar, o belə bir faktı da qeyd edir ki, icra orqanları, qanunvericilik orqanlarından daha çox lobbist hazırlayır. Dediklərini isə aşağıdakı səbəblərlə əlaqələndirir:

1) icra orqanlarında əldə edilmiş təcrübə heç də Kapitoliyada əldə edilmişlərdən geri qalmır.

2) qanunverici orqanlarında olduğu kimi, icra orqanları da lobbizmin obyektini təşkil edir. Eyni zamanda icra orqanları daha genişşaxəli aparata malik olduqları üçün onların lobbi kontingentinin potensialı da böyükdür.

3) icra orqanlarının məmurlarını qanunvericilik prosesinə təsirdə özləri iştirak etdikləri üçün onların fəaliyyətlərini müşahidə edən maraqlanan təşkilatlar üçün lobbistlərin 60%-nin konqresdə iş təcrübəsi olmuşdur.

Onun fikrincə, hüquqşünas peşəsi-lobbi kadrlarının əsas mənbəyini təşkil etməsinə baxmayaraq bu fəaliyyət sahəsində əsas yeri tutmur.

Əvvəllər siyasi partiya fəaliyyəti ilə məşğul olan şəxsləri nadir hallarda lobbist vəzifəsinə dəvət edirdilər. Çünki əksər hallarda onların lazımi təcrübələri olmur və bəzən də partiya mənsubiyyəti onlara mane olur.

Ümumiyyətlə isə partiyalılıq lobbi fəaliyyətində bir o qədər də əsas rol oynamır və lobbistlərin partiya fəallıqları çox da yüksək deyildir.

Lobbistlərin professional hazırlıqları üçün iş-verənlər lobbistlərdən aşağıdakıları tələb edir:

4 əsas sahədə bilik və təcrübənin olması

1) qanunvericilik və siyasi prosesdə

2) hüquqşünaslıqda

3) iş verən adamı maraqlandıran xüsusi suallarda

4) ictimaiyyətlə münasibətdə, yəni təbliğat fəaliyyətində

Bütün bunlara əlavə olaraq lobbist lazımi tanışlıqlara malik olmalı, lazımi əlaqələri qurmağı, münasibətlər yaratmağı, yaxşı çıxış etməyi bacarmalıdır.

Əgər Milbert qeyd edirdisə ki, biznes adamları və korporasiyalar lobbiləşməyə daha az can atırlar, ondan fərqli olaraq son dövrün tədqiqatçıları biznesmenlərin və iri sahibkarlarını bu fəaliyyətə geniş surətdə daxil olmalarını qeyd edirlər.

Məsələn, hələ 1972-ci ildə "Biznes uik" jurnalında "Nə üçün korporasiyalara lobbistlər lazımdır?" başlığı altında dərc edilmiş məqalədə də bu məsələyə toxunulmuşdur. Məqalədə qeyd edilirdi ki, hazırda qanunverici orqanları kompaniyalara güclü təsir göstərdiklərindən həmin kompaniyaların ali rəhbərliyi açıq surətdə öz mənafe və hüquqlarının müdafiəsi naminə hökumətin siyasətinə təsir göstərəcəklərini bəyan edirlər.

Əvvəllər bəzi korporasiyalar - lobbiləşmə imkanları olduqları halda ona üstünlük vermirdilərsə, hal-hazırda bütün korporasiyalar lobbiləşməyə meyillidirlər. Korporasiyaların fəaliyyət sahələri son dərəcədə genişləndiyindən, bəzi hallarda onlar öz problemlərindən daha çox sosial xarakterli problemlərlə məşğul olurlar. Məs: ətraf mühitin çirkləndirilməsinin əleyhdarları bəzi hallarda həmin müəssisələrin fəhlələri ilə birləşərək qanunvericilik orqanlarına və hökumət məmurlarına təsir göstərməyə başlayırlar. Bəzi hallarda bu təsirlərin nəticələri müsbət xarakter daşıyır. Cavab reaksiyası kimi korporasiyalar da lobbi mexanizmlərini gücləndirməyə başlayırlar.

Hökumət biznes sahəsinə daha çox müdaxilə etdiyindən ali rəhbərlərin qayğıları bir qədər də çoxalır və lobbizim rəhbərlərin əsas məqsəd və vəzifələrindən birinə çevrilir. Müxtəlif qruplar tərəfindən göstərilən təzyiqlərə məruz qalmamaq üçün sahibkarlar öz lobbi nümayəndəliklərini yaratmalı olurlar.

Amerika Universitetinin sahibkarlığı öyrənmə mərkəzinin direktoru C.Conson lobbi nümayəndələrinin yerinə yetirdikləri funksiyaları 4 əsas kateqoriyaya ayırır:

I və ən mühüm funksiya informasiyanın toplanmasından ibarətdir.

Korporasiyaların Vaşinqton nümayəndləri və informasiyalarla təmin edir. Adətən lobbistlər özləri, hansı informasiyanın faydalı olacağını ayırd edirlər. Bu funksiya çərçivəsində lobbist öz fəaliyyətini aşağıdakı istiqamətdə qurur:

A) konqress və icra orqanları tərəfindən nəzərdən keçirilən qanun layihələri barədə korporasiyaya məlumat verir.

B) konqressdə nəzərdən keçirilmiş qanunların və hökumət sənədlərinin surətlərini korporasiyadakı lazımı şəxslərə göndərir.

V) hökumət idarələrindəki personal, konqress üzvlərinin və komissiyalarda iştirak edən adamlar haqqında informasiyalar toplayır və onların siyahılarını hazırlayır.

Q) korporasiyanın şöbələri olan dairədən seçilmiş konqressmenlərin siyahısını tutur.

D) korporasiyanın siyasəti, onun strukturu oradakı məsul şəxslər haqqında-informasiya bülleteni hazırlayır və konqressdə lazımı adamlara çatdırır.

II funksiya xarici istehlakçıları informasiya ilə təmin etməkdən ibarətdir.

Əksər Vaşinqton nümayəndəlikləri hökumət orqanlarını da məlumatlandırmalı olur. Bu məlumatların əsas hissəsi korporasiyanın fəaliyyəti, onun məhsulları, imkanları və müəyyən problemlərə qarşı münasibətləri ilə əlaqədar olur. Vaşinqton nümayəndəsindən onun səlahiyyəti çərçivəsində hər hansı bir məsələ haqqında məlumat ola bilər.

III funksiya qanunvericilik və icra orqanları ilə əlaqələr qurmaqdan ibarətdir. D.Consonun fikrincə, əsl lobbizm elə budur. Burada ən əsas və mühüm məsələ onunla əlaqədardır ki, lobbist kimə müraciət etməyi, kiminlə lazımı əlaqəyə girməyi əvvəlcədən bilməlidir.

Əgər hər hansı bir konkret məsələyə dair korporasiyadan mütəxəssis tələb edilirsə, lobbist kimdən istifadə etməyi müəyyən edir və ona konqressdə çıxış etməyə köməklik göstərir, çıxış hazırlayır. Lobbist həmçinin konqressdə baş verən siyasi struktur dəyişikliklərini də diqqət mərkəzində saxlamalıdır.

IV funksiya korporasiyanın məhsulunun hökumətə satılmasından ibarətdir:

Əvvəllər lobbist fəaliyyəti ilə bilavasitə məşğul olmuş keçmiş məktəb müəllimi, sonralar həmkarlar işçisi, daha sonralar isə nümayəndələr palatasının üzvü Endryu Baymiller öz işi barəsində belə söyləyirdi:

“Lobbist fəaliyyətinin bir tərəfi həqiqətən də çox ağır işlə əlaqədardır. Lobbist konqressin bütün üzvlərini tanımalı, onların nəyi xoşlayıb nəyi xoşlamadıklarını aydınlaşdırmalı, onların dostları və düşmənləri,

qanunlar barədə məlumatlı olmalı, qanunlar barədə nə lazımsa onu bilməli, hər bir ştatdan olan nümayəndəyə təsir göstərməyi bacarmalıdır. Bu fəaliyyətin digər tərəfi qanunvericilərlə yaxşı münasibətdə olmaqdan, onların rəğbətini qazanmaqdan ibarətdir”.

Lobbist fəaliyyətinin həyata keçirilməsi, metod və formaları rəngarəng xarakter daşıyır. Lobbist fəaliyyətinin tədqiqi ilə yaxından məşğul olan L.Milbert bununla əlaqədar xüsusi sorğu da keçirmişdir. Milbert sosioloji anketlərin köməyi ilə öz respondentlərinə aşağıdakı metodların səmərəliliyini qiymətləndirməyi təklif edir:

1. şəxsi arqumentlərin təklif edilməsi
2. tədqiqatların nəticələrinin təqdim edilməsi
3. konqressin komissiyalarındakı müzakirələrində çıxış edilməsi;
4. lobbistin nüfuzlu seçicilərlə əlaqəsi vasitəsi ilə qanunvericiyə təsir göstərilməsi
5. qanunvericiyə onun yaxın və şəxsi dostları vasitəsi ilə təsir göstərməsi
6. qanunvericinin şənlidlərə və əyləncələrə dəvət edilməsi
7. seçki kampaniyalarına pulların sərf edilməsi
8. siyasi kampaniyaların keçirilməsində iştirak etməsi
9. seçicilər tərəfindən məktub və teleqram kampaniyalarının təşkil edilməsi
10. qanunvericinin seçki dairəsində onun səsvəzlərinin nəticələrinin yayılması
11. təbliğat kampaniyalarının təşkil edilməsi
12. birbaşa rüşvətlərin verilməsi
13. bir neçə təşkilatın birləşmiş lobbiləşməsi

Lobbizmin tədqiqi ilə əlaqədar bir həqiqəti də qeyd etmək lazımdır ki, həqiqətən də seçki prosesi çox baha təbdir. Heç də bütün varlı namizədlər öz kampaniyalarını maliyyələşdirmək iqtidarında deyillər. Elə məhz ona görə də onlardan hər biri kənarda “gəlir mənbəyi axtarmalı olur, şəxsi adamlara və təşkilatlara müraciət edirlər. Həmin adamların mənsub olduqları partiyaların kassa imkanları onların maliyyə tələblərini ödəmədiyi üçün onlar məcburiyyət qarşısında əlavə mənbələr axtarıb tapırlar. Beləliklə də, hər hansı bir təşkilat və ya şəxs namizədin seçki kampaniyasını maliyyələşdirməklə, onun gələcək davranışını əvvəlcədən müəyyən etmiş olur. Lakin seçki kampaniyalarını və namizədlərin qanunvericilik orqanlarına seçilməsini yalnız pula, nüfuzla da müəyyən etmək də təhrif olardı [4 s, 56].

Milbertin fikrincə, əksər təşkilatlar, pullarını partiya komitələrinin kassalarına deyil, bilavasitə müəyyən namizədin özlərinə verməyə üstünlük verirlər. Bu

halda lobbistin xidmətlərinə böyük ehtiyac duyulur. Çünki məhz lobbist konqresin işini müşahidə etmək, ayrı-ayrı qanunvericilərin davranışlarını görmək, onların maliyyə imkanlarını və baxışlarını bilmək imkanına malikdir. Bütün bunları bildiyindən lobbist mütəmadi olaraq öz təşkilatına yaxınlaşan seçkilər barəsində məlumat verir və hansı namizədin tərəfdarlığa layiq olduğunu qeyd edir [5 s, 70].

Dövlət hüququ üzrə məşhur mütəxəssis olan amerikalı Robert Lorq öz əsərlərindən birində lobbistin müəyyən qanunvericilik layihəsini necə ustalıqla iflasa uğratmasının mərhələlərini qeyd edir. Bu mərhələlər aşağıdakılardan ibarətdir:

1) əgər öz məzmununa görə onun layihəsi bir və ya bir neçə daimi komissiyada müzakirə olunmalıdırsa, onda lobbist nümayəndələr palatasının spikerlərini dilə tutaraq çalışmalıdır ki, qanun lahiyəsi məhz o komissiyaya daxil olsun ki, orada onun "müsbət" həlli üçün imkanlar daha azdır. Əgər bu alınmazsa,

2) onda komissiya sədrini əmin etməyə və dilə tutmağa çalışmalıdır ki, o əlinin altında olan layihəni iflasa uğratsın, keçirməsin (bunun üçün onun əlində müxtəlif vasitələr ola bilər. Məs, o elə qrafik tuta bilər ki, komissiya üzvləri digər komissiyalarda olduqlarından həmin komissiyadakı müzakirələrdə iştirak edə bilməsinlər. Əgər sədr razılaşmazsa onda,

3) komissiya üzvlərinin əksəriyyətini dilə tutub onları əmin etmək lazımdır ki, onlar qanunu ya iflasa uğratsınlar, ya da ki, çoxlu sayda düzəliş etməklə onun əsas məzmununu heçə endirsinlər. Əgər bu da alınmazsa, onda

4) prosedura komissiyasını inandırmaq və dilə tutmaq lazımdır ki, onları həmin sənədi palatanın plenar iclasına ya buraxmasınlar, ya da ki onun məzmununu dəyişsinlər. Burada bir şey alınmazsa, onda

5) öz məqsədlərini əldə etmək üçün palatanın komissiyasına müraciət etsin. Burada da razılıq əldə edilməzsə, onda

6) nümayəndələr palatasını inandırmaq lazımdır ki, plenar iclasda onlar qanunu ya rədd etsinlər, ya da ki onun məzmununu bir qədər yumşaltsınlar, bu da alınmasa,

7) və sənəd gəlib senata çıxarsa onda lobbist 1,2,3,6 mərhələlərdə etdiklərini təkrar etməlidir. (4-5 senatda yoxdur). Əgər qanun layihəsi hər iki palata tərəfindən müəyyən ziddiyyətlərlə qəbul edilərsə və kompromiss variantı işlənilib hazırlamaq üçün razılıq komissiyasına göndərilərsə (7-10)

8) onda öz məqsədini əldə etmək üçün bu komissiyadakıları inandırmaq lazımdır. Burada da bir şey alınmırsa, onda

9) prezidenti inandırmaq lazımdır ki, sənədə veto qoysun

10) Konqresi isə həmin vetoya tərəfdar çıxmağa inandırmaq lazımdır [6 s, 16].

Sonunda bu 13 mərhələ bir növ 2 dəfə artmış olur. Bu da onunla əlaqədardır ki, Konqresdə proqramlar adətən bir qanun layihəsi ilə qeyd edilir.

Beləliklə, proqramın iflası ilə əlaqədar apardığı işi lobbist onun maliyyələşdirilməsi ilə əlaqədar aparmalı olur. Təcrübəli lobbistlər bu siyahıya daha çox mərhələlər əlavə edə bilərlər:

Yuxarıda göstərilən mərhələlərdən istifadə etmək üçün gərək qanunvericiliyin bütün sahələrini yaxşı biləsən. Elə məhz buna görə də:

Əksər lobbistlər-konqresin geniş üzvləri və əməkdaşları icra hakimiyyəti orqalarının keçmiş məsul şəxsləri və məmurlardır. Buna görə də, heç şübhəsiz ki, əksər lobbistlər qarşılarına qoyduqları məqsədləri bir növ başqa qapı döymədən məhz evin içində əldə edirlər. Təcrübəli lobbist öz əlaqə və nüfuzundan istifadə etməklə istəklərinə nail olurlar.

Qanunları yaxşı bilmək yolu ilə təsir göstərmək qabiliyyəti lobbistlərin yeganə istedadları demək deyildir. Əksər amerikalı müəlliflərin fikrincə, informasiya da lobbistin istifadə etdiyi ən səmərəli silahdır.

Politoloq Edvard Şneynerin fikrincə, konqresmenlər alim deyil, siyasətçi olduqlarından konqresin informasiya xidmətlərindən aldıkları informasiyanı ən obyektiv, yaxşı və steril informasiya hesab edirlər. Şneyner qeyd edir ki, informasiyanın az olması siyasəti üçün problem deyildir. Konqresin mükəmməl informasiya sistemi olduğundan o qanunvericiləri daimi informasiyalarla təmin edir. Həmin informasiya sistemlərinə konqresdən kənar mənbələri də icra hakimiyyəti orqanlarını və lobbist təşkilatları da aid etmək olar.

Müəyyən bir qanun layihəsini keçirmədən də onu iflasa uğratmaq lobbistin fəaliyyətinin əsasını təşkil edir. Lakin bu işi yerinə yetirməklə bərabər, o, digər vəzifələri də yerinə yetirməli olur. Lobbist mətbuatda rəsmi mənbələrdən və şəxsi əlaqələrindən hakimiyyət orqanları, onların fəaliyyəti, ayrı-ayrı qulluqçuları barədə məlumat toplayır, onları saf-çürük edərək müştərilərinə çatdırır.

Əksər lobbistlər ölkəni səyahətə çıxaraq iş görəcəkləri konqresmenin seçiciləri ilə görüşürlər. Buna baxmayaraq, Milbert tərəfindən aparılmış sorğuların nəticəsinə görə, rəyi soruşulan lobbistlərin 70%-dən çoxu əsas vaxtlarını öz ofislərində keçirərək məruzələr, hesabatlar və digər sənədləri, mətbuatdakı materialları oxumaqla məşğul olur, ya da ki, özləri

konqresdəki müzakirələr üçün hesabatlar və məruzələr hazırlayır, mətbuat üçün məqalə hazırlayırlar.

Beləliklə, qeyd etmək lazımdır ki, lobbist geniş və spesifik informasiyaya malik olur. Əlindəki informasiya vasitəsi ilə o, qanunvericiyə müxtəlif metodlarla təsir göstərə bilər.

Amerikalı tədqiqatçılar belə bir faktı da haqlı olaraq qeyd edirlər ki, təkcə lobbistlər qanunvericilərin marağında deyil, əksinə qanunvericilər lobbistlərə ehtiyac duyurlar.

Əksər hallarda konqresmenlər özləri bəzi informasiya xidmətləri ilə əlaqədar lobbistlərə müraciət edirlər.

Adətən onlar müəyyən bir informasiyanı hamıdan qabaq almağa can atırlar ki, konqresmen müəyyən bir qanun layihəsini müzakirəyə çıxarırsa, əslində güclü arqumentlər olsun.

Bəzi hallarda da qanunverici lobbistə müəyyən bir sənədi keçirmək (əgər onun dairəsinin xeyrinədirsə, ya da ki, iflasa uğratmağa çalışması ilə) müraciət edir. Əgər ona kömək edərsə, onda həmin konqresmenin nüfuzunun öz dairəsində artmasına şərait yaradır.

Lobbistlər konqresmenlərə qanun layihələrinin hazırlanmasında, seçicilərin məktublarına cavab verməkdə, hesabatlar hazırlamaqda kömək edirlər. Bəzən onlar dost konqresmeni çıxışlarla, informasiyalarla təmin edir. Onları dairələrindəki problemlərlə tanış edir. Bəzi lobbistlərin ofisləri bəzi konqresmenlərin ofislərinə əlavədir.

Lobbizmi - əsasən hakimiyyət strukturuna bir başa və dolayısı ilə müxtəlif vasitələrlə təsir göstərmək və müəyyən məqsədləri əldə etmək kimi müəyyən etmək olar. Bu tərifə nəzərdən keçirərkən 3 şeyi dəqiqləşdirmək lazımdır:

Birinci strukturlar dedikdə, müəyyən vəzifələr tutan və qərarlar qəbul edən konkret adamları başa düşmək lazımdır. Belə struktur kimi həm bir nəfər, həm də bir neçə nəfər çıxış edə bilər. Məsələn, bir məsələ deputatlardan asılı ola bilər, digər iş icra hakimiyyətinin başçısından

İkincisi, hər bir məsələnin həll edilməsi həm müsbət, həm də mənfi xarakter daşıya bilər. Elə məhz buna görə də lobbizm öz fəaliyyətində həm pozitiv, həm də neqativ hallara əsaslanır.

Üçüncüsü, lobbizmin yalnız vəzifəli şəxslərin maddi stimullaşdırılması kimi nəzərdən keçirmək düzgün olmazdı (Baxmayaraq ki, bu vasitə lobbizmin əsas alətlərindən biri kimi çıxış edir).

Birbaşa təsirlərindən başqa, yəni qərar qəbul edən şəxsləri birbaşa yolla ələ almaq mümkün olmadıqda dolaylı təsirlərindən də, yəni vəzifəli şəxsləri məcbur

etmək yollardan istifadə edirlər. Dolaylı təsir vasitələrindən biri kimi-şantaj çıxış edir [7 s, 16].

Bütövlükdə lobbizmin cəmiyyətin müəyyən inkişaf səviyyəsinə xas olan qarşıya qoyulmuş məqsədlərin həyata keçirilməsi üçün təbii bir proses kimi qiymətləndirmək olar. Cəmiyyət nə qədər yüksək inkişaf etmişsə, lobbi sistemi də bir o qədər mükəmməl inkişaf edər, daha da professional xarakter daşıyır.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI:

1. Abbasbəyli A. N. *Dünya siyasəti*. Bakı: Nurlar, 2011, 257 s

2. Сергунин А.А. *Регулирование лоббизма в США*. М., 2016

3. Alllan J. Cigler. *Interest Group politics*. W., 2008.

4. Cigler A.J.& Looms B.A. *Interest Group Politics*. W., 2016

5. *International Encyclopedia of Communications*. New-York., 2016

6. Ornstein N.J& Elder S. *Interest Groups, Lobbying and Policymaking*. W., 1978

7. *Our American government*. Washington: US GPO, 2013, 65 p.

XÜLASƏ:

Müasir beynəlxalq münasibətlərdə dövlətə paralel olaraq yeni aktorlar xüsusi olaraq fəallaşmaqdadır. Yeni aktorların fəallaşması dövlətlərin xarici siyasət qərarlarının qəbul olunmasına təsir edir, hətta bir çox hallarda dövləti özlərindən asılı vəziyyətə salır. Belə yeni aktorlar sırasında transmilli şirkətləri, qeyri-hökumət təşkilatlarını, ictimai hərəkatları, milli-azadlıq hərəkatlarını eləcə də lobbilərin fəaliyyətini qeydə də bilərik. Xüsusilə, beynəlxalq münasibətlər sisteminin aparıcı dövlətlərində lobbiçiliyin genişlənməsi müşahidə olunmaqdadır.

Müasir proseslər beynəlxalq səviyyədə inkişaf etmiş institutların tətbiqi zəruriyyətini yaratmışdır. Belə institutlardan biri də lobbizm və ya lobbi institutudur. Lobbi artıq dünyanın bir çox ölkələrində açıq fəaliyyət göstərir, eyni zamanda bir çox ölkələrdə öz hüquqi tənзимini də tapmışdır. Belə ki, lobbi institutunun geniş fəaliyyət göstərdiyi, uzunmüddətli tarixə malik olduğu ABŞ-la bərabər, Avropa, Amerika və digər qitələrdə yerləşən ölkələrdə də lobbi fəaliyyəti qanuniləşdirilib və ya bu istiqamətdə konkret işlər görülməkdədir. Dünya dövlətlərində qanunvericiliklə təsbit olunmuş lobbizm praktikası göstərir ki, bu institut, adətən, milli iqtisadiyyatın inkişafı, yeni- yeni sahələrin stimullaşdırılması, iq-

tisadiyyatın ayrı-ayrı sahələrinin, yerli və ya beynəlxalq biznes strukturlarının, milli azlıqların, sosial qrupların maraqlarının qorunması, onların inkişafının təmin olunması istiqamətində fəaliyyətində pozitiv təsir imkanına malik olur.

Açar sözlər: *lobbizm, lobbi nümayəndələri, lobbizmin funksiyaları*

ЛОББИЗМ, ЕГО МЕСТО И РОЛЬ В ПОЛИТИЧЕСКИХ ПРОЦЕССАХ

РЕЗЮМЕ:

В современных международных отношениях параллельно с государством появляются новые акторы. Активизация новых акторов влияет на принятие внешнеполитических решений государств, а во многих случаях даже ставит государство в зависимость от них. Среди таких новых акторов можно упомянуть транснациональные компании, неправительственные организации, общественные движения, национально-освободительные движения, а также деятельность лоббистов. В частности, расширение лоббизма наблюдается в ведущих государствах системы международных отношений.

Современные процессы создали необходимость применения институтов, разработанных на международном уровне. Одним из таких институтов является лоббистский или лоббистский институт. Лобби уже открыто действует во многих странах мира и в то же время во многих странах оно нашло свое правовое регулирование. Так, лоббистская деятельность легализована или проводятся конкретные работы в этом направлении в странах, расположенных в Европе, Америке и на других континентах, а также в США, где институт лоббирования действует широко и имеет давнюю историю. Установленная законодательством стран мира практика лоббирования показывает, что этот институт обычно способствует развитию национальной экономики, стимулированию новых сфер, защите интересов отдельных сфер экономики, местных или международных бизнес-структур, национальные меньшинства и социальные группы и обеспечение их развития имеет возможность оказывать положительное влияние в своей деятельности.

Ключевые слова: *лоббирование, представители лобби, функции лоббирования.*

LOBBYING, ITS PLACE AND ROLE IN POLITICAL PROCESSES

SUMMARY:

In modern international relations, new actors appear in parallel with the state. The activation of new actors influences the adoption of foreign policy decisions by states, and in many cases even makes the state dependent on them. Among these new actors we can mention multinational companies, non-governmental organizations, social movements, national liberation movements, as well as the activities of lobbyists. In particular, the expansion of lobbying is observed in the leading states of the system of international relations.

Modern processes have created the need to apply institutions developed at the international level. One such institution is the lobbying or lobbying institute. The lobby is already openly operating in many countries of the world and at the same time in many countries it has found its legal regulation. Thus, lobbying activities have been legalized or specific work is being carried out in this direction in countries located in Europe, America and other continents, as well as in the USA, where the institution of lobbying operates widely and has a long history.

The lobbying practice established by the legislation of countries around the world shows that this institution usually contributes to the development of the national economy, stimulation of new areas, protection of the interests of certain sectors of the economy, local or international business structures, national minorities and social groups and ensuring their development have the opportunity to have a positive impact in their activities.

Key words: *lobbying, lobby representatives, lobbying functions*