

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

**Державний заклад «ПІВДЕННОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ
ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ К. Д. УШИНСЬКОГО»**

Навчально-науковий інститут психології та суспільних наук
Кафедра політичних наук і права

Кваліфікаційна робота бакалавра

ТЕМА

**ТРАНСФОРМАЦІЯ ІНСТИТУТУ ЛОБІЗМУ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ
ДЕМОКРАТІЇ: ПОРІВНЯЛЬНИЙ ДОСВІД**

Виконав: здобувач
освітнього ступеня бакалавра
денної форми навчання
ОПП «Політологія»
спеціальності 052 Політологія
(шифр і назва спеціальності)
Доценко Микола
(прізвище, ім'я, по батькові)
Науковий керівник:
д.політ.н., професор.
(науковий ступінь, учене звання)
Наумкіна Світлана Михайлівна
(прізвище, ім'я, по батькові)

Одеса - 2026

ЗМІСТ

ВСТУП.....	2
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ІНСТИТУТУ ЛОБІЗМУ	4
1.1. Поняття та еволюція інституту лобізму	5
1.2. Цифрова демократія як новий контекст політичної комунікації.....	9
1.3. Теоретичні підходи до трансформації лобізму в умовах цифровізації	13
РОЗДІЛ 2. АНАЛІТИКО-ДОСЛІДНИЦЬКИЙ ВИМІР ТРАНСФОРМАЦІЇ ЛОБІЗМУ	18
2.1. Порівняльний аналіз лобістських практик у США та ЄС	18
2.2. Особливості трансформації лобізму в Україні	24
2.3. Тенденції та перспективи розвитку цифрового лобізму у світі	28
РОЗДІЛ 3. РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО РОЗВИТКУ ЦИФРОВОГО ЛОБІЗМУ	32
3.1. Запровадження інноваційних інструментів та технологій для прозорості лобістської діяльності	32
3.2. Формування етичних стандартів і правових механізмів регулювання цифрового лобізму	37
ВИСНОВКИ	41
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	45

ВСТУП

Актуальність дослідження теми трансформації інституту лобізму в умовах цифрової демократії зумовлена глибокими змінами у взаємодії між громадянами, бізнесом та державними інституціями. Лобізм, який традиційно асоціювався з кулуарними переговорами та впливом через особисті контакти, нині набуває нових форм завдяки цифровим технологіям. Соціальні мережі, онлайн-петиції, краудсорсингові платформи та цифрові кампанії створюють умови для більшої прозорості та залучення широких верств населення до процесів прийняття рішень. Це змінює баланс сил між класичними лобістськими структурами та новими громадськими рухами, що діють у цифровому середовищі.

Порівняльний досвід різних країн демонструє неоднозначність цього процесу. У США цифровий лобізм став продовженням традиційних практик, але з акцентом на масову мобілізацію та аналітику даних. У країнах Європейського Союзу цифрова демократія стимулює розвиток інституційних механізмів прозорості, зокрема реєстрів лобістів та відкритих консультацій. Водночас у державах із менш розвиненими демократичними інститутами цифрові інструменти можуть використовуватися як засіб маніпуляції громадською думкою, що створює нові виклики для регулювання.

Таким чином, актуальність дослідження полягає у необхідності осмислення того, як цифрова демократія змінює сутність і функції лобізму, які нові можливості та ризики виникають у цьому процесі, а також які моделі регулювання можуть забезпечити баланс між ефективністю впливу та демократичною легітимністю. Порівняльний аналіз дозволяє виявити універсальні тенденції та специфіку національних контекстів, що є важливим для формування сучасної політичної культури та практики врядування.

Мета та завдання дослідження. Мета дослідження полягає у всебічному теоретико-методологічному та аналітичному осмисленні трансформації інституту лобізму в умовах цифрової демократії, а також у виробленні практичних рекомендацій щодо його розвитку.

Завдання дослідження наступні:

1. проаналізувати теоретико-методологічні засади дослідження інституту лобізму;
2. охарактеризувати трансформацію лобізму США, ЄС, України та світу загалом;
3. розробити рекомендації щодо розвитку цифрового лобізму у світі.

Об’єктом дослідження є інститут лобізму як соціально-політичний механізм впливу на процеси прийняття рішень у демократичних суспільствах.

Предметом дослідження є трансформація інституту лобізму в умовах цифрової демократії, що проявляється у нових інструментах, практиках та регуляторних механізмах його функціонування в різних країнах світу.

Методи дослідження включають використання теоретичних методів – аналізу, синтезу та узагальнення, що дозволяють розкрити поняття, еволюцію та теоретичні підходи до інституту лобізму. Застосовано також порівняльний метод, який забезпечує зіставлення практик лобізму у США, ЄС та Україні для виявлення спільних і відмінних рис. Крім того, використано системний та прогностичний підходи, що дають змогу комплексно охарактеризувати тенденції та перспективи розвитку цифрового лобізму у світі.

Практичне значення одержаних результатів дослідження полягає у можливості використання отриманих висновків для вдосконалення правових механізмів та етичних стандартів регулювання лобістської діяльності. Вони також можуть слугувати основою для впровадження інноваційних цифрових інструментів, що забезпечать прозорість і ефективність політичної комунікації.

Апробація результатів дослідження

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ІНСТИТУТУ ЛОБІЗМУ

1.1. Поняття та еволюція інституту лобізму

Інститут лобізму є одним із ключових механізмів сучасної політичної комунікації, що забезпечує взаємодію між державними органами, бізнесом та громадянським суспільством. Його сутність полягає у впливі на процес ухвалення політичних рішень з метою врахування інтересів певних соціальних груп, корпорацій чи організацій [8, с. 35]. Лобізм не є новим явищем: він існував у різних формах ще з античних часів, проте лише в сучасних демократичних державах набув інституційного характеру та правового регулювання.

У науковій літературі лобізм визначається як механізм політичної комунікації, що поєднує інтереси бізнесу, громадських організацій та держави. Це своєрідний канал, через який суспільні групи можуть донести свої позиції до законодавців і урядовців. Лобістська діяльність охоплює широкий спектр інструментів: від офіційних зустрічей і консультацій до інформаційних кампаній, аналітичних досліджень та використання цифрових технологій [3, с. 57]. Таким чином, лобізм виступає не лише як спосіб впливу, а й як форма діалогу між владою та суспільством.

Важливо підкреслити, що лобізм має дві сторони – легальну та тіньову.

Легальний лобізм здійснюється через зареєстровані організації, які діють відкрито й прозоро. У багатьох країнах існують спеціальні реєстри лобістів, що дозволяють контролювати їхню діяльність, а також закони, які регламентують порядок взаємодії з органами влади. Такий підхід сприяє підзвітності та зменшує ризики корупції.

Тіньовий лобізм пов'язаний із неформальними домовленостями, корупційними практиками та прихованим впливом. Він часто дискредитує саму ідею лобізму, адже асоціюється з непрозорістю та порушенням демократичних принципів [9, с. 214].

У демократичних суспільствах лобізм розглядається як невід'ємний елемент політичного процесу. Він дозволяє враховувати різноманітність інтересів, забезпечує

баланс між державними рішеннями та потребами бізнесу чи громадянських організацій. Наприклад, екологічні рухи можуть лобіювати ухвалення законів про захист довкілля, а бізнес-асоціації – сприяти формуванню сприятливого інвестиційного клімату. У цьому сенсі лобізм виконує функцію посередника між суспільством і владою.

Разом із тим, інститут лобізму потребує чітких правових рамок та етичних стандартів. Без них він може перетворитися на інструмент тиску чи маніпуляцій. Саме тому в багатьох країнах запроваджено механізми прозорості: обов’язкову реєстрацію лобістів, звітність про витрати, обмеження щодо подарунків чи фінансування політичних кампаній [11, с. 15]. Це дозволяє відокремити легальні форми лобізму від корупційних практик і забезпечити довіру суспільства до політичної системи.

Сучасний розвиток технологій спричинив появу цифрового лобізму, який базується на використанні соціальних мереж, онлайн-платформ та аналітики великих даних. Він відкриває нові можливості для громадянського суспільства, адже дозволяє мобілізувати підтримку, швидко поширювати інформацію та впливати на громадську думку. Водночас цифровий лобізм потребує нових правил регулювання, щоб уникнути маніпуляцій та забезпечити прозорість.

Лобізм як політико-правове явище має багатовікову історію (табл. 1.1), що бере свій початок ще з античних часів. У різні епохи він набував нових форм і змісту, відображаючи особливості суспільного устрою та політичних інститутів. Якщо в античних державах лобізм проявлявся через публічні виступи громадян та вплив на народні збори, то в середньовіччі він трансформувався у звернення цехів, гільдій та земельних власників до монархів. З розвитком парламентаризму в Європі лобізм поступово ставав більш організованим і набував рис інституційної практики.

Проте справжнього інституційного оформлення лобізм набув у Новий час, коли виникли перші парламентські системи та сформувалася потреба у представництві інтересів різних соціальних груп. Торгові компанії, аристократія та міські еліти почали активно впливати на законодавчі процеси, використовуючи як офіційні, так і неформальні канали комунікації. У цей період лобізм став важливим інструментом

узгодження економічних і політичних інтересів, що сприяло розвитку ринкових відносин та формуванню нових політичних інститутів [26, с. 192].

Таблиця 1.1

Еволюція інституту лобізму

Історичний етап	Характеристика	Приклади
Античність (Афіни, Рим)	Вплив громадян через публічні виступи, звернення до сенату чи народних зборів.	Афінська демократія, Римський сенат.
Середньовіччя	Представництво інтересів цехів, гільдій та земельних власників через звернення до монархів.	Європейські королівські двори, міські цехи.
Новий час (XVII-XVIII ст.)	Формування парламентських практик, активність торгових компаній та аристократії у впливі на закони.	Британський парламент, Франція доби абсолютизму.
XIX ст. США	Лобізм набуває сучасного значення, групи інтересів активно діють біля Конгресу.	Термін <i>lobbying</i> закріплюється у політичній практиці США.
XX ст. (інституціоналізація)	Прийняття законів про реєстрацію лобістів, формування прозорих правил взаємодії.	США (1938, 1995, 2007), ЄС (2008 – реєстр лобістів).
Україна (1990-ті-сьогодення)	Від «коридорного» лобізму до спроб правового врегулювання та прозорості.	Закон «Про лобіювання» (2025).
XXI ст. (цифровізація)	Використання соціальних мереж, онлайн-платформ, Big Data для впливу на політику.	Цифровий лобізм у США, ЄС, Україні.

Джерело: складено на основі [9, с. 214]; [11, с. 15]; [26, с. 192]

У XIX ст. в США лобізм отримав сучасне значення та офіційне закріплення в політичній культурі, ставши невід’ємною частиною демократичного процесу. Саме в цей період термін *lobbying* увійшов у політичний лексикон, а групи інтересів почали активно діяти біля Конгресу, використовуючи різні методи впливу на законодавців. Важливим чинником розвитку лобізму було стрімке зростання економіки, поява потужних корпорацій і профспілок, які прагнули захистити власні інтереси через політичні рішення [10, с. 122]. У другій половині XIX століття лобізм поступово перетворився на організовану діяльність, що охоплювала як бізнесові кола, так і громадські рухи, зокрема кампанії за права робітників чи проти монополій.

У XX ст. відбулося подальше інституціональне оформлення лобізму: були ухвалені спеціальні закони, що регламентували діяльність лобістів, зокрема вимоги до їхньої реєстрації, звітності та прозорості фінансування [10, с. 122]. Це дозволило

відокремити легальні форми лобізму від корупційних практик і забезпечити контроль з боку суспільства та держави.

Європейський Союз також розробив власні механізми прозорості, які стали важливим етапом у формуванні європейської моделі лобізму. Створення Європейського реєстру лобістів у 2008 році дало змогу систематизувати інформацію про організації та осіб, що здійснюють вплив на інституції ЄС, а також забезпечити відкритість процесу ухвалення рішень. Це стало прикладом для багатьох країн, які прагнули поєднати демократичні принципи з ефективним представництвом інтересів.

Сучасні дослідження інституту лобізму здійснюють як українські, так і зарубіжні науковці, які аналізують його правові, політичні та комунікативні аспекти. В Україні важливий внесок зробила О.Г. Козинець, яка у своїх працях підкреслює значення лобізму для становлення демократичної держави та необхідність його правового врегулювання [26, с. 192]. Її колега А.О. Новомлинець розглядає лобізм у контексті політичної культури та комунікації, акцентуючи увагу на неоднозначному ставленні до цього явища в українському суспільстві. Важливими є також дослідження П.Б. Біленчука, який трактує лобізм як складову правової системи та наголошує на потребі прозорих механізмів взаємодії між бізнесом і владою. У працях П.Б. Шевчука лобізм аналізується як інструмент розвитку громадянського суспільства та формування етичних стандартів політичної діяльності.

Зарубіжні вчені також приділяють значну увагу цьому явищу. Ф. Баумгартнер є одним із провідних американських дослідників, який вивчає вплив лобізму на політичні рішення та функціонування демократії, а також досліджує взаємодію між групами інтересів і державними інституціями [32, с. 47]. Д. Беррі аналізує роль лобістів у формуванні громадської політики, підкреслюючи їхню здатність мобілізувати суспільну підтримку та впливати на порядок денний. К. Голдман акцентує увагу на правових аспектах лобізму та його регулюванні в різних країнах, що дозволяє порівнювати моделі правового забезпечення. У Європі значний внесок зробив Д. Коен, який спеціалізується на аналізі лобізму в інституціях Європейського Союзу, зокрема на функціонуванні Європейського реєстру лобістів. Важливими є також праці К. Томаса, канадського дослідника, який розглядає лобізм як інструмент

політичної комунікації та підкреслює його значення для розвитку демократичних інститутів [8, с. 35].

Отож, лобізм є багатогранним політико-правовим явищем, що пройшло довгий шлях від античних практик публічного впливу до сучасних інституційних форм, закріплених у законодавстві демократичних держав. Його розвиток свідчить про поступове перетворення з неформальних домовленостей на прозорий механізм комунікації між суспільством, бізнесом та владою. У сучасних умовах лобізм виступає важливим інструментом представництва інтересів, але потребує чітких правових рамок та етичних стандартів, щоб залишатися легітимним і сприяти розвитку демократії.

1.2. Цифрова демократія як новий контекст політичної комунікації

Цифрова демократія – це форма політичної організації суспільства, у якій демократичні процеси здійснюються за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій (табл. 1.2).

Цифрова демократія як новий контекст політичної комунікації відкриває якісно інший рівень взаємодії між владою та суспільством. Якщо у XX ст. головними каналами політичної комунікації були друковані видання, телебачення та радіо, то сьогодні ключову роль відіграють соціальні мережі, онлайн-платформи та мобільні додатки [3, с. 55]. Це означає, що політичні процеси стають більш динамічними, інтерактивними та доступними для широких верств населення. Громадяни отримують можливість не лише споживати інформацію, а й активно її продукувати, впливати на порядок денний та брати участь у формуванні політичних рішень.

Таблиця 1.2

Визначення поняття «цифрова демократія» різними науковцями

Автор	Країна	Визначення
-------	--------	------------

О.Г. Козинець	Україна	Цифрова демократія – це форма політичної участі, що базується на використанні інформаційно-комунікаційних технологій для забезпечення прозорості, відкритості та підзвітності влади.
П.Б. Біленчук	Україна	Визначає цифрову демократію як правовий механізм інтеграції суспільних інтересів у політичні процеси за допомогою електронних платформ та відкритих даних.
Ф. Баумгартнер	США	Цифрова демократія – це розширення традиційних демократичних інститутів через використання цифрових технологій, що дозволяє групам інтересів ефективніше комунікувати з владою.
Д. Беррі	США	Вбачає цифрову демократію як інструмент мобілізації громадської думки та залучення громадян до політичних процесів через соціальні мережі та онлайн-кампанії.
Д. Кoen	Велика Британія	Визначає цифрову демократію як європейську модель участі громадян, що базується на електронних петиціях, консультаціях та відкритих реєстрах.
К. Томас	Канада	Розглядає цифрову демократію як інструмент політичної комунікації, що забезпечує діалог між суспільством і владою та сприяє розвитку демократичних інститутів.

Джерело: складено на основі [3, с. 55-57; 16, с. 214; 29, с. 122]

Одним із найважливіших аспектів цифрової демократії є пряма взаємодія між владою та громадянами. Онлайн-опитування, консультації та публічні обговорення дозволяють швидко збирати думки населення та враховувати їх у процесі ухвалення рішень. Це створює ефект «прямої демократії», коли громадяни можуть безпосередньо висловлювати свої позиції, а влада отримує інструменти для оперативного реагування на суспільні запити [18, с. 92]. Такий формат комунікації значно підвищує рівень довіри до політичних інститутів, адже громадяни бачать, що їхня думка має реальний вплив.

Не менш важливим є аспект мобілізації громадської думки. Цифрові кампанії, використання хештегів та вірусних повідомлень дозволяють швидко поширювати ідеї та формувати суспільну підтримку. Політичні рухи та громадські організації активно використовують соціальні мережі для організації протестів, збору підписів під петиціями чи просування законодавчих ініціатив. Це робить політичну комунікацію більш горизонтальною, адже інформація поширюється не лише зверху вниз (від влади до громадян), а й знизу вгору (від суспільства до політичних інституцій).

Цифрова демократія також забезпечує прозорість політичних процесів. Відкриті дані, електронні реєстри та онлайн-доступ до рішень органів влади дозволяють громадянам контролювати діяльність політиків і чиновників. Це зменшує

ризика корупції та сприяє формуванню культури підзвітності [18, с. 82]. Наприклад, у багатьох країнах громадяни можуть у режимі реального часу відстежувати витрати бюджету, діяльність парламенту чи результати голосувань.

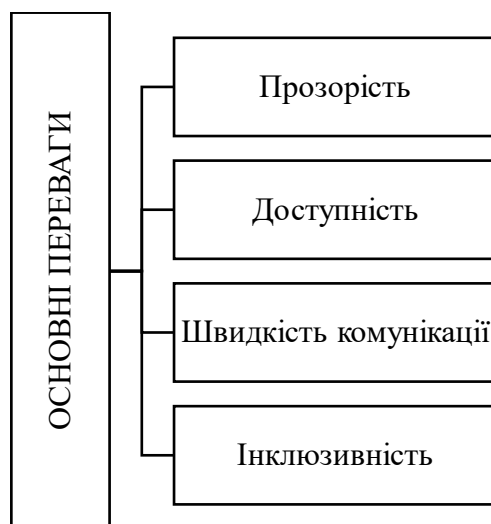


Рис. 1.1. Основні переваги цифрової демократії

Джерело: складено на основі [16, с. 214; 18, с. 84]

Переваги цифрової демократії проявляються у кількох ключових вимірах (рис.1.1), які суттєво змінюють характер політичної комунікації та взаємодії між владою і суспільством. Насамперед вона забезпечує прозорість, адже відкриті дані та електронні реєстри дозволяють громадянам контролювати діяльність органів влади, відстежувати бюджетні витрати та результати голосувань, що значно зменшує ризики корупції та сприяє формуванню довіри до політичної системи. Важливою перевагою є також доступність: цифрові інструменти дають змогу брати участь у політичних процесах незалежно від місця проживання чи соціального статусу, що особливо актуально для віддалених регіонів та громад, які раніше мали обмежений доступ до політичної участі [12, с. 77].

Ще однією сильною стороною цифрової демократії є швидкість комунікації. Інформація поширюється миттєво, що дозволяє владі оперативно реагувати на суспільні запити, а громадянам швидко мобілізуватися навколо важливих питань. Це робить політичний процес більш гнучким і чутливим до змін у громадській думці [22, с. 134]. Нарешті, цифрова демократія має інклюзивний характер: вона залучає молодь

та соціальні групи, які раніше були менш активними у політичному житті. Соціальні мережі, онлайн-платформи та мобільні додатки стають для них природним середовищем участі, що сприяє розширенню демократичної бази та формуванню нової політичної культури.



Рис. 1.2. Виклики та ризики цифрової демократії

Джерело: складено автором на основі [22, с. 134; 26, с. 192]

Незважаючи на переваги цифрової демократії, вона супроводжується низкою викликів та ризиків, які можуть суттєво впливати на якість політичних процесів і довіру громадян до демократичних інститутів. Одним із найбільш небезпечних явищ є поширення дезінформації та фейкових новин, що здатні формувати викривлену громадську думку та навіть впливати на результати виборів [26, с. 193]. Завдяки швидкому поширенню інформації в соціальних мережах неправдиві повідомлення можуть охоплювати мільйони користувачів, створюючи атмосферу недовіри та поляризації суспільства.

Не менш серйозним викликом є проблема кібербезпеки. Електронні системи голосування, онлайн-платформи для участі громадян чи державні реєстри можуть стати об'єктом хакерських атак, що ставить під сумнів легітимність політичних процесів і створює загрозу для національної безпеки. Тому цифрова демократія

потребує постійного вдосконалення механізмів захисту даних та інформаційних систем.

Ще одним ризиком є цифрова нерівність, коли частина населення не має доступу до інтернету або не володіє достатніми цифровими навичками. Це призводить до того, що участь у політичних процесах стає нерівномірною, а окремі соціальні групи залишаються поза демократичним діалогом [2, с. 79]. Подолання цієї проблеми вимагає розвитку цифрової інфраструктури та програм підвищення цифрової грамотності.

Окрему небезпеку становлять маніпуляції алгоритмами соціальних мереж, які формують так звані інформаційні «бульбашки». Користувачі отримують лише ті повідомлення, що відповідають їхнім упередженням, і не стикаються з альтернативними точками зору. Це обмежує різноманітність думок, посилює радикалізацію та ускладнює пошук компромісів у суспільстві.

У сучасному світі цифрова демократія поступово стає невід'ємною частиною політичної системи. Її майбутнє пов'язане з:

- розвитком штучного інтелекту для аналізу громадської думки;
- впровадженням блокчейн-технологій для забезпечення прозорості голосування;
- розширенням електронної участі через інтеграцію державних платформ і соціальних мереж [27, с. 511];
- формуванням нових етичних стандартів цифрової комунікації.

Отож, цифрова демократія є новим контекстом політичної комунікації, що відкриває широкі можливості для участі громадян, прозорості та ефективності політичних процесів. Водночас вона потребує чітких правових рамок, захисту від кіберзагроз та подолання цифрової нерівності. Її розвиток визначатиме майбутнє демократичних інститутів у XXI столітті, а Україна має шанс стати одним із лідерів у впровадженні цифрових рішень.

1.3. Теоретичні підходи до трансформації лобізму в умовах цифровізації

Лобізм як політико-правове явище завжди був чутливим до змін у суспільстві та технологіях. У ХХІ ст. цифровізація стала ключовим фактором, що трансформує традиційні механізми лобістської діяльності, створюючи нові можливості для комунікації, мобілізації та впливу на політичні процеси. Теоретичні підходи до аналізу цієї трансформації (рис. 1.3) дозволяють зрозуміти, як цифрові технології змінюють структуру, функції та етичні засади лобізму.

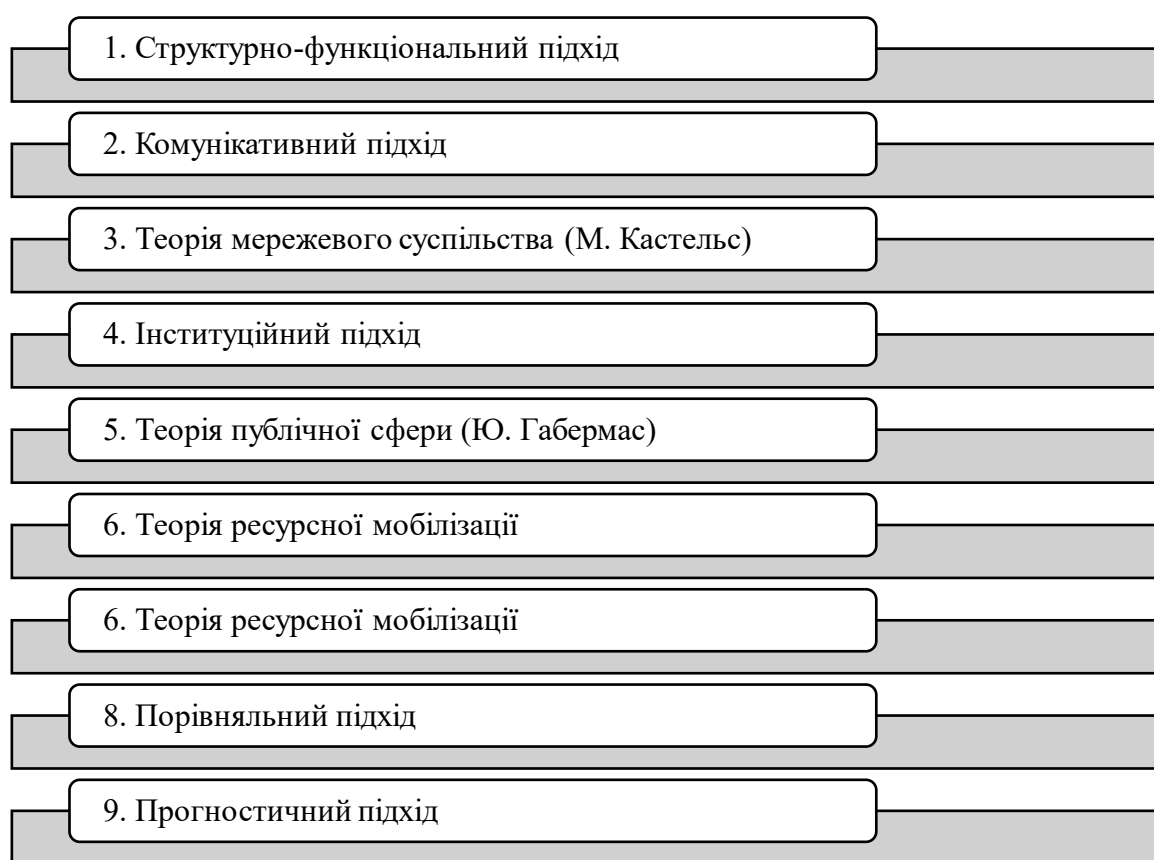


Рис. 1.3. Основні концепції трансформації лобізму в умовах цифровізації

Джерело: складено на основі [16, с. 216; 18, с. 75; 27, с. 500]

1. Структурно-функціональний підхід. З позицій структурно-функціонального аналізу цифровізація розглядається як фактор, що перебудовує інституційну архітектуру лобізму. Традиційні канали впливу (особисті зустрічі, офіційні звернення, робота через асоціації) доповнюються новими інструментами: онлайн-петиціями, цифровими кампаніями, використанням соціальних мереж. Це змінює

функції лобістів: вони стають не лише посередниками між бізнесом і владою, а й організаторами цифрових комунікаційних потоків [14, с. 64].

2. Комунікативний підхід. Комунікативна теорія розглядає лобізм як форму політичної комунікації. У цифрову епоху ця комунікація стає багатоканальною, інтерактивною та швидкою. Лобісти використовують соціальні мережі для формування громадської думки, створення інформаційних хвиль та мобілізації підтримки. Це дозволяє їм впливати не лише на політиків, а й на суспільство загалом, що у свою чергу чинить тиск на державні інститути.

3. Теорія мережевого суспільства (М. Кастельс). Згідно з концепцією мережевого суспільства, цифровізація створює нові форми соціальних і політичних зв'язків. Лобізм у цьому контексті перетворюється на діяльність у глобальних мережах, де інформація поширюється миттєво, а вплив здійснюється через взаємопов'язані комунікаційні вузли. Лобістські кампанії стають частиною інформаційних потоків, які формують порядок денний у політиці [27, с. 503].

4. Інституційний підхід. Інституційна теорія акцентує увагу на тому, що цифровізація змінює правила гри для лобістів. З'являються нові інститути – електронні реєстри, платформи для петицій, системи електронного голосування. Це формує нову нормативну базу, яка визначає легальні та прозорі форми цифрового лобізму. Водночас виникає потреба у правовому регулюванні цифрових кампаній, щоб уникнути маніпуляцій та прихованого впливу.

5. Теорія публічної сфери (Ю. Габермас). У межах цієї теорії цифрова демократія розглядається як розширення публічної сфери. Лобізм у цифровому середовищі стає частиною відкритих дискусій, де громадяни можуть висловлювати свої позиції та впливати на політичні рішення. Це зменшує монополію традиційних груп інтересів і відкриває простір для нових акторів: громадських рухів, екологічних ініціатив, цифрових спільнот.

6. Теорія ресурсної мобілізації. Цей підхід пояснює, як цифрові технології змінюють механізми мобілізації ресурсів для лобістської діяльності. Якщо раніше головним ресурсом були фінанси та особисті контакти, то сьогодні ключовим стає інформація, швидкість її поширення та здатність організувати масову підтримку

через цифрові платформи. Лобісти отримують можливість залучати тисячі прихильників за допомогою онлайн-кампаній, що значно підсилює їхній вплив.

7. Етичний та правовий підхід. Цифровізація створює нові виклики для етики лобізму. Використання алгоритмів, таргетованої реклами та великих даних може призводити до маніпуляцій громадською думкою. Теоретики наголошують на необхідності формування етичних стандартів цифрового лобізму, які б забезпечували прозорість, підзвітність та захист прав громадян[20].

8. Порівняльний підхід. У різних країнах цифрова трансформація лобізму має власні особливості. У США цифрові кампанії стали невід’ємною частиною виборчого процесу, в ЄС – акцент робиться на прозорості та відкритих реєстрах, в Естонії – на електронному голосуванні, а в Україні – на розвитку платформ електронних петицій та інтеграції лобізму у систему «Дія». Порівняльний аналіз дозволяє зрозуміти, які моделі є більш ефективними та які ризики вони несуть.

9. Прогностичний підхід. Прогностичний підхід до трансформації лобізму в умовах цифровізації зосереджується на майбутніх тенденціях та можливих сценаріях розвитку цього явища. Теоретики наголошують, що цифровізація неминуче призведе до ще більш глибоких змін у структурі та функціях лобістської діяльності. У найближчі десятиліття ключову роль відіграватимуть штучний інтелект, блокчейн та аналітика великих даних [15, с. 382]. Використання штучного інтелекту дозволить лобістам швидко аналізувати суспільні настрої, прогнозувати реакції громадян на політичні рішення та формувати більш ефективні стратегії впливу. Блокчейн-технології забезпечать прозорість і контрольованість процесів, адже вони створюють незмінні реєстри взаємодії між групами інтересів та органами влади, що зменшить ризики корупції та прихованих домовленостей.

Теоретичні підходи до трансформації лобізму в умовах цифровізації відображають різні наукові інтерпретації цього явища та дозволяють комплексно оцінити його переваги й ризики. Кожен із підходів акцентує увагу на певному аспекті: від перебудови інституційної архітектури та комунікативних процесів до етичних стандартів і прогнозування майбутніх тенденцій. Для більшої наочності та

систематизації знань нижче наведено табл. 1.3, яка узагальнює сильні та слабкі сторони кожного теоретичного підходу.

Таблиця 1.3

Переваги та недоліки теоретичних підходів до трансформації лобізму в умовах цифровізації

Підхід	Переваги	Недоліки
Структурно-функціональний	Розширення інструментарію лобістів; швидке охоплення аудиторії; підвищення ефективності комунікації.	Перевантаження інформаційними потоками; складність контролю нових каналів.
Комунікативний	Багатоканальна та інтерактивна комунікація; мобілізація громадської думки; вплив на суспільство і політиків одночасно.	Ризик маніпуляцій через соцмережі; поширення дезінформації.
Теорія мережевого суспільства (М. Кастельс)	Формування глобальних комунікаційних мереж; миттєве поширення інформації; інтеграція у світові процеси.	Втрата контролю над інформаційними потоками; загроза інформаційної асиметрії.
Інституційний	Створення нових інститутів (реєстри, платформи); формування нормативної бази; прозорість цифрового лобізму.	Потреба у складному правовому регулюванні; ризик бюрократизації процесів.
Теорія публічної сфери (Ю. Габермас)	Розширення публічних дискусій; залучення нових акторів (громадські рухи, цифрові спільноти); зменшення монополії традиційних груп.	Ризик популізму; складність узгодження різноманітних інтересів.
Теорія ресурсної мобілізації	Використання інформації як ключового ресурсу; швидка мобілізація прихильників; посилення впливу через онлайн-кампанії.	Залежність від цифрових платформ; ризик маніпуляцій даними.
Етичний та правовий	Формування етичних стандартів; захист прав громадян; прозорість і підзвітність.	Складність контролю алгоритмів; небезпека прихованих маніпуляцій.
Порівняльний	Можливість аналізу різних моделей; адаптація найкращих практик; врахування міжнародного досвіду.	Різні рівні розвитку цифрової інфраструктури; складність уніфікації підходів.
Прогностичний	Використання ІІІ, блокчейну та Big Data; підвищення прозорості та ефективності; прогнозування суспільних настроїв.	Нові ризики маніпуляцій персональними даними; етичні дилеми використання технологій.

Джерело: складено на основі [24; 26, с.195; 30, с.100]

Отже, трансформація лобізму в умовах цифровізації є багатовимірним процесом, який можна пояснити через різні теоретичні підходи – від структурно-функціонального до прогностичного. Вона змінює інституційну основу, комунікативні механізми та етичні стандарти лобістської діяльності. Цифрові технології відкривають нові можливості для прозорості та участі громадян, але

водночас породжують ризики дезінформації, маніпуляцій та нерівності доступу. Саме тому сучасна наука розглядає цифровий лобізм як складний феномен, що потребує комплексного регулювання та міждисциплінарного аналізу.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІТИКО-ДОСЛІДНИЦЬКИЙ ВИМІР ТРАНСФОРМАЦІЇ ЛОБІЗМУ

2.1. Порівняльний аналіз лобістських практик у США та ЄС

Лобізм є невід’ємною складовою сучасних демократичних систем, адже він забезпечує комунікацію між групами інтересів та органами влади. Проте у США та Європейському Союзі ця практика має різні інституційні та культурні особливості. Порівняльний аналіз дозволяє зрозуміти, які моделі є більш ефективними, які ризики вони несуть та які уроки можна запозичити для розвитку прозорих механізмів лобістської діяльності.

Лобізм у Сполучених Штатах Америки є однією з найбільш формалізованих і водночас найконтroversійніших практик політичної комунікації у світі. Його розвиток тісно пов’язаний із демократичною традицією країни, де групи інтересів мають право впливати на процес ухвалення рішень, а держава створює інституційні механізми для регулювання цього впливу [19, с. 143].

Основою сучасної лобістської системи США є Lobbying Disclosure Act (1995), який зобов’язує всіх лобістів реєструватися та регулярно подавати звіти про свою діяльність. У цих звітах зазначаються:

- клієнти, від імені яких здійснюється лобіювання;
- витрати на кампанії;
- конкретні сфери політики, на які спрямований вплив.

Згодом законодавство було доповнене Honest Leadership and Open Government Act (2007), що посилило вимоги до прозорості та обмежило можливості для прихованих контактів між політиками та лобістами [22].

Цей правовий каркас створює чіткі правила гри: будь-яка організація чи особа, яка прагне впливати на законодавчий процес, повинна діяти відкрито та підзвітно.

США є прикладом країни, де лобістська діяльність максимально документується. Відкриті реєстри дозволяють журналістам, дослідникам і громадськості відстежувати, хто саме впливає на політиків і які ресурси для цього використовуються. Наприклад, у 2020 році дані реєстрів показали, що фармацевтичні компанії витратили понад 300 млн. дол. США на лобістську діяльність, зосереджену

на питаннях регулювання цін на ліки та реформування системи охорони здоров'я. Це дозволило суспільству зрозуміти масштаби корпоративного впливу та викликало широку дискусію щодо необхідності реформ.

Фінансування політичних кампаній у США є одним із ключових аспектів лобізму. Політики можуть отримувати пожертвування від корпорацій, професійних асоціацій та приватних осіб. Особливу роль відіграють так звані Political Action Committees (PACs) та Super PACs, які акумулюють кошти для підтримки кандидатів. Наприклад, у виборчій кампанії 2012 року Super PACs витратили понад 600 млн. дол. США, що стало рекордом на той час [17, с. 59].

Ця система посилює корпоративний лобізм, адже великі компанії мають можливість фінансово підтримувати кандидатів, які відстоюють їхні інтереси. Водночас це викликає критику щодо нерівності доступу до політичного впливу.

Американський лобізм має чітку інституційну структуру:

1. професійні лобістські компанії, які працюють на замовлення корпорацій чи асоціацій;
2. корпоративні відділи зв'язків з урядом, що діють у великих компаніях;
3. громадські організації та рухи, які також активно використовують лобістські інструменти [28, с. 240].

Водночас система часто критикується через конфлікти інтересів. Наприклад, випадки, коли колишні конгресмени після завершення політичної кар'єри переходять працювати у лобістські компанії, породжують дискусії про «ефект обертових дверей».

Лобістські практики у США охоплюють широкий спектр сфер – від охорони здоров'я та цифрової економіки до енергетики й аграрного сектору. Вони демонструють як позитивні сторони інституційно врегульованого лобізму, так і його суперечності, пов'язані з надмірним корпоративним впливом. Для більшої наочності нижче наведено табл.2.1 з прикладами лобістських кампаній, які відображають масштаби та різноманітність цього явища.

Таблиця 2.1

Приклади лобістських кампаній у США

Кампанія / Організація	Сфера впливу	Приклад діяльності	Результати / Наслідки
Фармацевтичні компанії (Pfizer, Johnson & Johnson)	Охорона здоров'я, регулювання цін на ліки	Лобіювання збереження патентного захисту та обмеження державного контролю над цінами	Витрати понад 300 млн. дол. США у 2020 р.; збереження високих цін на інноваційні препарати
Технологічні корпорації (Google, Facebook, Amazon)	Цифрова економіка, оподаткування, регулювання даних	Лобіювання проти жорсткого антимонопольного законодавства та обмежень на використання даних	Google у 2019 р. витратила понад 12 млн. дол. США; уповільнення антимонопольних реформ
Національна стрілецька асоціація (NRA)	Право на зброю	Блокування законодавчих ініціатив щодо обмеження доступу до вогнепальної зброї	Протягом десятиліть успішно перешкоджає ухваленню жорсткіших законів про контроль зброї
Нафтогазові компанії (ExxonMobil, Chevron)	Енергетика, екологічна політика	Лобіювання проти суворих екологічних стандартів та обмежень на видобуток	Значні витрати на лобізм у Конгресі; уповільнення кліматичних реформ
Аграрні корпорації (Monsanto, Cargill)	Сільське господарство, продовольча політика	Лобіювання за підтримку субсидій та сприятливе регулювання ГМО	Збереження державних субсидій; легалізація використання ГМО у виробництві

Джерело: складено на основі [19, с. 282; 23, с.136; 31]

Лобізм у Європейському Союзі є складним багаторівневим явищем, що відображає специфіку політичної системи, де ухвалення рішень здійснюється через взаємодію кількох інституцій: Європейського парламенту, Європейської комісії та Ради ЄС [32, с. 46]. У контексті цифрової демократії інститут лобізму зазнає суттєвих трансформацій, які змінюють його функції, інструменти та баланс між бізнесом і громадянським суспільством.

Основним механізмом регулювання лобістської діяльності у ЄС є Transparency Register, створений у 2011 р. Він дозволяє організаціям та окремим лобістам добровільно реєструватися, надаючи дані про клієнтів, витрати та сфери впливу. Проте саме добровільність реєстрації знижує рівень прозорості: значна частина лобістів може залишатися поза офіційним обліком.

У контексті цифрової демократії ця проблема стає ще більш актуальною. Цифрові кампанії, таргетована реклама та використання великих даних дозволяють здійснювати вплив без формальної реєстрації. Це створює ризики прихованого

лобізму, який важко контролювати. Тому дедалі частіше лунають заклики зробити реєстрацію обов'язковою та розширити її на цифрові інструменти впливу [13, с. 150].

На відміну від США, де фінансування політичних кампаній значною мірою залежить від корпоративних пожертв, у ЄС громадські організації та НКО часто отримують фінансову підтримку від Європейської комісії. Це дозволяє зменшити залежність від бізнесу та забезпечити більш збалансоване представництво інтересів.

Наприклад, екологічні рухи, такі як Greenpeace чи WWF Europe, отримують гранти для реалізації програм у сфері захисту довкілля. Це дає їм можливість брати участь у політичних процесах на рівних із бізнесом. Проте цифровізація поступово змінює баланс сил: великі корпорації отримують доступ до нових інструментів впливу – від аналітики великих даних до алгоритмічних маніпуляцій у соціальних мережах.

Лобізм у ЄС менш централізований, ніж у США. Він здійснюється через кілька інституцій:

1. Європейський парламент активно взаємодіє з групами інтересів, особливо у сфері законодавчих ініціатив.
2. Європейська комісія проводить консультації з бізнесом та громадськими організаціями, використовуючи цифрові платформи для збору пропозицій.
3. Рада ЄС представляє інтереси держав-членів, що створює додатковий рівень складності для лобістів [15, с. 382].

У цифрову епоху ця багаторівнева структура доповнюється новими каналами комунікації: онлайн-консультаціями, електронними петиціями, цифровими кампаніями. Це робить процес більш відкритим, але водночас ускладнює контроль за впливом різних груп.

У Європейському Союзі цифрова демократія суттєво трансформує інститут лобізму, відкриваючи нові інструменти впливу для корпорацій, громадських організацій та професійних асоціацій, що наочно демонструють наведені приклади цифрового лобізму у табл. 2.2.

Приклади цифрового лобізму у ЄС

Актори	Сфера впливу	Інструменти цифрового лобізму	Результати / Наслідки
Цифрові корпорації (Google, Facebook, Microsoft)	Захист даних, цифрова економіка	Лобіювання положень GDPR; використання цифрових платформ для формування громадської думки	Пом'якшення окремих вимог GDPR; збереження гнучкості для бізнесу
Енергетичні компанії (ExxonMobil, Shell)	Кліматична політика, екологічні стандарти	Цифрові дослідження, таргетована реклама для впливу на політиків і громадськість	Уповільнення впровадження суворих кліматичних норм; критика з боку екологічних рухів
Аграрні асоціації (COPA-COGECA)	Сільське господарство, Спільна аграрна політика (CAP)	Використання цифрових інструментів для мобілізації фермерів	Збереження високого рівня субсидій у CAP
Екологічні рухи (Greenpeace, WWF)	«Зелений курс» ЄС, скорочення викидів CO ₂	Соціальні мережі, онлайн-кампанії для мобілізації громадян	Сприяли ухваленню амбітних кліматичних цілей ЄС до 2030 року
Фінансовий сектор (Європейська банківська федерація)	Регулювання банківської діяльності та фінансових ринків	Цифрові аналітичні інструменти, онлайн-консультації	Вплив на формування правил для інвестиційних компаній; пом'якшення окремих обмежень

Джерело: складено на основі [14; 19, с.285; 24]

Таким чином, порівняльний аналіз лобістських практик у США та ЄС показує, що обидві моделі мають власні сильні сторони та обмеження: американська система вирізняється високим рівнем формалізації та прозорості, але водночас страждає від надмірного корпоративного впливу, тоді як європейська модель є більш багатоканальною та відкритою для громадських організацій, проте менш прозорою через добровільність реєстрації. Цифрова демократія посилює ці відмінності, адже у США вона переважно зміцнює позиції корпорацій, а в ЄС створює нові можливості для громадянського суспільства. Отже, оптимальним шляхом розвитку інституту лобізму може стати поєднання американської практики обов'язкової звітності з європейським досвідом підтримки громадських рухів, що забезпечить баланс між прозорістю, ефективністю та демократичністю.

2.2. Особливості трансформації лобізму в Україні

Лобізм як інститут політичної комунікації в Україні має складну історію становлення, яка відображає загальні процеси демократизації та боротьби з корупцією. Його трансформація відбувалася поступово, від неформальних практик початку незалежності до сучасних спроб інституціоналізації та легалізації. У цьому контексті важливими є два ключові етапи: історичні передумови формування лобістських практик та ухвалення законодавчої бази, яка визначає правила гри для бізнесу, громадських організацій та політиків.

У 1990-х роках, після здобуття незалежності, Україна зіткнулася з проблемою відсутності чітких інституційних механізмів для представництва інтересів бізнесу та громадянського суспільства. У цей період домінував так званий «коридорний» лобізм, який ґрунтувався на неформальних домовленостях між представниками бізнесу та владними структурами [7]. Відсутність прозорих правил сприяла поширенню корупційних практик, коли політичні рішення ухвалювалися під впливом закулісних домовленостей, а суспільство фактично було відсторонене від процесу.

Цей етап характеризувався кількома рисами:

- неформальністю — лобістська діяльність здійснювалася без правового регулювання, що робило її непрозорою;
- корупційністю — бізнес часто використовував фінансові ресурси для отримання преференцій від держави.
- недовірою суспільства — громадяни сприймали лобізм як корупцію, а не як легітимний інструмент політичної комунікації [7].

Проте поступово стало очевидним, що така система є неефективною та небезпечною для розвитку демократії. Виникла потреба у створенні прозорих правил гри, які б забезпечували баланс між інтересами бізнесу, громадянського суспільства та держави. Саме ця потреба стала основою для сучасних реформ у сфері лобізму.

Важливим етапом трансформації лобізму в Україні стало ухвалення у 2025 р. Закону «Про лобіювання», який визначив правові засади діяльності лобістів [1]. Це

рішення було результатом тривалих дискусій у політичних та експертних колах, а також тиску з боку громадянського суспільства та міжнародних партнерів, які наголошували на необхідності прозорості у взаємодії бізнесу та влади.

Закон передбачає кілька ключових положень:

1. Обов'язкова реєстрація лобістів у спеціальному реєстрі. Це дозволяє державі та суспільству контролювати, хто саме здійснює лобістську діяльність, у чиїх інтересах та з якими ресурсами.

2. Звітність про клієнтів, витрати та сфери впливу. Лобісти зобов'язані регулярно подавати звіти, що забезпечує прозорість їхньої діяльності та зменшує ризики прихованого впливу [1].

3. Відповідальність за приховане лобіювання. Закон встановлює санкції для тих, хто намагається здійснювати лобістську діяльність без реєстрації або приховує реальних клієнтів.

Прийняття цього закону стало важливим кроком до легалізації та інституціоналізації лобізму в Україні. Воно дозволило перевести лобістську діяльність із тіньової площини у правове поле, створивши умови для прозорості взаємодії між бізнесом, громадськими організаціями та владою [8, с. 32].

Ухвалення закону про лобіювання в Україні має стратегічне значення для формування сучасної демократичної системи та забезпечення прозорості політичних процесів. Передусім, він сприяє зменшенню корупційних ризиків, адже обов'язкова реєстрація та звітність лобістів ускладнюють можливість прихованого впливу та тіньових домовленостей між бізнесом і владою. Це дозволяє перевести лобістську діяльність із неформальної площини у правове поле, де вона підлягає контролю з боку держави та громадськості.

Другим важливим наслідком є зміцнення довіри суспільства. Легалізація лобізму змінює його сприйняття: громадяни починають бачити у ньому не корупційний механізм, а легітимний інструмент політичної комунікації, який дозволяє різним групам інтересів впливати на процес ухвалення рішень відкрито та прозоро. Це підвищує рівень участі громадянського суспільства у політиці та формує нову політичну культуру.

Третім аспектом є інтеграція у європейський простір. Законодавче врегулювання лобізму відповідає практикам Європейського Союзу та сприяє гармонізації української політичної системи з європейськими стандартами. Це не лише зміцнює позиції України на міжнародній арені, а й створює умови для ефективної співпраці з європейськими інституціями, де лобізм давно є визнаним елементом демократичного процесу [3, с. 57].

Цифрова демократія стала одним із ключових чинників трансформації інституту лобізму в Україні, адже саме вона відкрила нові канали комунікації між громадянами, бізнесом та державними інституціями. Україна посідає перше місце у світі за рівнем електронної участі (E-Participation Index) та входить до тридцятки країн за рівнем розвитку електронного врядування [2, с. 54]. Це свідчить про високий рівень інтеграції цифрових технологій у політичні процеси та про готовність суспільства активно використовувати інноваційні інструменти для впливу на владу.

Одним із ключових елементів цифрової демократії є платформа «Дія», яка стала не лише сервісом для отримання адміністративних послуг, а й майданчиком для інтеграції інструментів громадської участі. Завдяки «Дії» громадяни отримали можливість подавати електронні петиції, брати участь у консультаціях та долучатися до процесів формування політики у зручному цифровому форматі. Це значно розширило можливості для комунікації між суспільством і владою та зробило процеси більш прозорими.

Важливим інструментом цифрової демократії стали електронні петиції, які офіційно закріплені як канал впливу громадян на владу. Вони дозволяють кожному громадянину ініціювати зміни у законодавстві чи політиці, а за умови збору необхідної кількості підписів – зобов'язують органи влади розглянути відповідну пропозицію. Це створює новий формат лобістської діяльності, де громадськість може напяму впливати на політичні рішення без посередників.

Ще одним важливим елементом є онлайн-консультації, які активно використовуються для залучення бізнесу та громадських організацій до процесу формування політики. Вони дозволяють різним групам інтересів висловлювати свої позиції, пропонувати зміни та брати участь у розробці нормативних актів [7]. Таким

чином, цифрова демократія створює багатоканальну систему комунікації, де лобізм поступово переходить від закулісних домовленостей до відкритих і прозорих дискусій.

Водночас цифровізація породжує нові виклики. З одного боку, вона забезпечує прозорість і доступність політичних процесів, з іншого – створює ризики прихованого впливу через алгоритми та таргетовану рекламу. Великі корпорації та політичні сили можуть використовувати цифрові технології для маніпуляцій громадською думкою, що ставить питання про необхідність додаткового регулювання та контролю.

Загалом українська модель лобізму має як сильні сторони, пов'язані з легалізацією та цифровізацією процесів, так і певні слабкі місця, що зумовлені недостатнім контролем та культурними особливостями політичної комунікації. Для більшої наочності наведено таблицю, яка узагальнює основні переваги та недоліки цієї моделі [10, с. 165].

Таблиця 2.3

Переваги та недоліки української моделі лобізму

Переваги	Недоліки
Легалізація лобізму через законодавство	Ризик формального виконання закону без реального контролю
Розвиток цифрових інструментів участі (платформа «Дія», електронні петиції, онлайн-консультації)	Слабка культура політичної комунікації та низький рівень довіри до інститутів
Зростання прозорості та підзвітності у взаємодії бізнесу, громадськості та влади	Можливість маніпуляцій через цифрові технології (алгоритми, таргетована реклама)
Поступова інтеграція у європейський політичний простір та адаптація до стандартів ЄС	Недостатня інституційна спроможність для ефективного контролю та моніторингу лобістської діяльності

Джерело: складено на основі [2, с.33; 5; 6; 8, с.37]

Отож, трансформація лобізму в Україні є частиною ширшого процесу цифрової демократії. Від тіньових практик 1990-х країна перейшла до прозорих інституційних механізмів, що базуються на законодавчому врегулюванні та цифрових платформах. Український досвід показує, що цифровізація може стати потужним інструментом; для легітимізації лобізму, але потребує постійного контролю та розвитку етичних стандартів.

2.3. Тенденції та перспективи розвитку цифрового лобізму у світі

Цифровий лобізм поступово стає глобальним явищем, яке змінює традиційні механізми політичної комунікації. Якщо раніше лобістська діяльність була зосереджена на особистих зустрічах, телефонних дзвінках та офіційних документах, то сьогодні ключову роль відіграють цифрові платформи, соціальні мережі, аналітика великих даних та штучний інтелект [21]. Цей процес має різні прояви у різних країнах світу, і саме порівняння досвіду поза межами США та ЄС дозволяє зрозуміти багатогранність трансформаційних тенденцій.

По-перше, цифровий лобізм характеризується зростанням ролі соціальних мереж як інструментів впливу. Facebook, Twitter/X, TikTok та LinkedIn стали майданчиками для мобілізації громадської думки та просування інтересів бізнесу чи громадських організацій. По-друге, Big Data та алгоритми дозволяють лобістам здійснювати таргетовані кампанії, спрямовані на конкретні групи населення. По-третє, цифровий лобізм дедалі більше виходить за межі національних кордонів, перетворюючись на транснаціональне явище, коли кампанії впливають одночасно на політику кількох країн [25].

Далі наведемо особливості цифрового лобізму у різних країнах світу. Так, у Канаді цифровий лобізм активно розвивається через платформу Lobbyists Registry, яка дозволяє відстежувати діяльність лобістів онлайн. Крім того, уряд використовує електронні консультації для залучення громадян та бізнесу до формування політики. Цифрові кампанії у сфері охорони здоров'я та кліматичної політики стали прикладом того, як громадські організації можуть впливати на урядові рішення через онлайн-інструменти.

Система електронного врядування в Австралії вирізняється високим рівнем інтеграції цифрових інструментів у політичні процеси. Онлайн-петиції та консультації стали звичним каналом комунікації між громадянами та урядом, а

соціальні мережі – майданчиком для мобілізації підтримки[18, с. 71]. Особливо активно цифровий лобізм проявляється у сфері екологічної політики: громадські рухи організовують кампанії проти видобутку вугілля та за розвиток відновлюваної енергетики, використовуючи Facebook та Twitter для поширення інформації. Бізнес-асоціації, своєю чергою, застосовують аналітику великих даних для прогнозування суспільних настроїв і впливу на законодавчі процеси, що дозволяє їм більш ефективно відстоювати корпоративні інтереси.

У Індії програма Digital India стала каталізатором розвитку цифрового лобізму. Великі корпорації, такі як Reliance чи Tata, активно використовують мобільні додатки, онлайн-консультації та таргетовану рекламу для просування своїх інтересів у сферах телекомунікацій, фінансових технологій та електронної комерції. Водночас громадські рухи застосовують соціальні мережі для мобілізації протестів проти екологічно небезпечних проектів, зокрема вирубки лісів чи будівництва промислових зон [26, с. 193]. Таким чином, цифровий лобізм в Індії поєднує корпоративні інтереси з активною участю громадянського суспільства, створюючи динамічний баланс між економічним розвитком і захистом довкілля.

Аграрна політика є стратегічною сферою для Бразилії, і саме тут цифровий лобізм проявляється найактивніше. Великі аграрні корпорації використовують цифрові платформи для впливу на урядові рішення щодо субсидій, експорту продукції та регулювання ринку. Вони застосовують аналітику даних для прогнозування глобальних тенденцій і аргументують свої позиції перед урядом через онлайн-кампанії. Водночас екологічні організації, такі як SOS Amazônia, активно використовують соціальні мережі для боротьби проти вирубки Амазонії. Їхні цифрові кампанії привертають увагу міжнародної спільноти та створюють тиск на уряд, що формує баланс між корпоративними та громадськими інтересами.

Високий рівень технологічного розвитку Південної Кореї визначає специфіку цифрового лобізму. Корпорації активно застосовують штучний інтелект для аналізу суспільних настроїв та прогнозування політичних рішень, що дозволяє їм більш точно формувати аргументи та впливати на законодавчі процеси. Громадські організації використовують мобільні додатки для збору підписів, організації кампаній та

проведення онлайн-опитувань, що робить процес максимально інтерактивним і доступним для широких верств населення [29, с. 137]. Таким чином, цифровий лобізм у Південній Кореї поєднує високотехнологічні інструменти бізнесу з активною участю громадянського суспільства.

У Японії цифровий лобізм найбільш помітний у сферах технологічної та екологічної політики. Великі корпорації, такі як Toyota чи Sony, використовують цифрові інструменти для впливу на урядові рішення щодо інновацій, розвитку штучного інтелекту та кліматичних реформ. Вони активно застосовують онлайн-консультації, цифрові платформи та аналітику даних для просування своїх інтересів. Водночас громадські рухи організовують масштабні онлайн-кампанії, спрямовані на просування ідей «зеленої економіки» та скорочення викидів CO₂. Це створює багатоканальну систему цифрового лобізму, де бізнес і громадянське суспільство взаємодіють у процесі формування політики.

У Сінгапурі цифровий лобізм тісно пов'язаний із високим рівнем цифровізації державного управління. Тут активно функціонують платформи електронних консультацій, які дозволяють бізнесу та громадським організаціям напряду взаємодіяти з урядом. Особливу роль відіграють технологічні корпорації, що просувають інтереси у сфері фінансових технологій та «розумних міст». Водночас громадські рухи використовують соціальні мережі для кампаній, пов'язаних із захистом прав працівників-мігрантів та екологічними ініціативами [30, с. 77]. Такий баланс між корпоративними та соціальними інтересами формує унікальну модель цифрового лобізму, де держава виступає активним модератором процесу.

В Індонезії цифровий лобізм набув значення у зв'язку з розвитком електронного врядування та поширенням мобільних технологій. Великі корпорації, особливо у сфері видобутку корисних копалин та енергетики, використовують цифрові платформи для впливу на урядові рішення щодо інвестицій та регулювання ринку [19, с. 82]. Водночас громадські організації застосовують соціальні мережі для мобілізації протестів проти вирубки тропічних лісів та забруднення довкілля.

Цифрові кампанії, що охоплюють мільйони користувачів, створюють тиск на уряд і змушують його враховувати позицію громадянського суспільства.

В Мексиці цифровий лобізм активно розвивається у сфері соціальної політики та боротьби з корупцією. Громадські організації, такі як *Transparencia Mexicana* та *Mexicanos Contra la Corrupción y la Impunidad* (МССІ), використовують соціальні мережі для мобілізації підтримки антикорупційних ініціатив та контролю за діяльністю уряду. Онлайн-петиції та цифрові кампанії стали важливим інструментом для впливу на законодавчі процеси, особливо у питаннях прозорості державних закупівель. Бізнес-структури, зокрема *Consejo Coordinador Empresarial* (CCE), застосовують цифрові платформи для просування реформ у сфері енергетики та інфраструктури, використовуючи аналітику даних для аргументації своїх позицій.

У Південно-Африканській Республіці цифровий лобізм набув значення у зв'язку з розвитком мобільних технологій та високим рівнем проникнення інтернету серед населення. Тут громадські рухи, такі як *Right2Know Campaign* та *Section27*, активно використовують соціальні мережі для кампаній проти нерівності та дискримінації, а також для просування екологічних ініціатив [23, с. 418]. Бізнес-асоціації, серед яких *Business Unity South Africa* (BUSA), застосовують цифрові інструменти для впливу на урядові рішення у сфері видобутку корисних копалин та енергетики. Водночас мобільні додатки стали важливим каналом комунікації між громадянами та владою, що робить процес лобіювання більш відкритим і доступним.

Перспективи розвитку цифрового лобізму у світі демонструють його поступову інституціоналізацію та інтеграцію новітніх технологій, що відкриває нові можливості для бізнесу й громадянського суспільства. Водночас цей процес супроводжується низкою викликів, серед яких маніпуляції алгоритмами, нерівність доступу та недостатнє регулювання. Для більшої наочності нижче наведено табл. 2.4, яка узагальнює ключові перспективи та ризики цифрового лобізму у світі. Додатково варто зазначити, що саме поєднання інноваційних інструментів і ефективних механізмів контролю визначатиме майбутнє цього явища та його вплив на глобальну політичну систему.

Таблиця 2.4

Перспективи розвитку та виклики цифрового лобізму

Перспективи розвитку	Виклики та ризики
Інституціоналізація цифрового лобізму – створення обов’язкових реєстрів цифрових лобістів, що забезпечує прозорість та контроль	Маніпуляції через алгоритми – використання таргетованої реклами для прихованого впливу на громадську думку
Баланс між бізнесом і громадянським суспільством – нові можливості для НКО мобілізувати підтримку без значних фінансових ресурсів	Нерівність доступу – бізнес має більше ресурсів для цифрового лобізму, ніж громадські організації
Штучний інтелект як новий інструмент – AI використовується для аналізу суспільних настроїв та прогнозування політичних рішень, але потребує суворого регулювання	Недостатнє регулювання – у багатьох країнах цифровий лобізм існує поза правовим полем, що створює ризики корупції
Міжнародна інтеграція – цифровий лобізм стає транснаціональним явищем, що потребує міжнародних стандартів прозорості та етики	Міжнародний вплив – кампанії можуть одночасно впливати на політику кількох країн, що ускладнює контроль

Джерело: складено на основі [15, с. 387; 20; 24; 27, с.506]

Отож, цифровий лобізм у світі є багатограним явищем, яке трансформує традиційні механізми політичної комунікації. Він відкриває нові можливості для прозорості та участі громадян, але водночас породжує ризики маніпуляцій та нерівності доступу. Приклади країн з різних куточків світу показують, що цифровий лобізм має різні форми та масштаби, але всюди він стає важливим фактором демократичного розвитку.

РОЗДІЛ 3

РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО РОЗВИТКУ ЦИФРОВОГО ЛОБІЗМУ

3.1. Запровадження інноваційних інструментів та технологій для прозорості лобістської діяльності

Сучасний лобізм дедалі більше переходить у цифровий формат, що зумовлює потребу у впровадженні інноваційних інструментів та технологій. Прозорість, підзвітність і відкритість стають ключовими вимогами до лобістської діяльності, адже саме вони формують довіру суспільства до політичних процесів. У цьому контексті цифрові платформи, блокчейн, штучний інтелект та інші технології стають не лише засобами комунікації, але й механізмами контролю та забезпечення чесності взаємодії між бізнесом, громадськістю та владою [31].

Варто впроваджувати інноваційні технології у лобістську діяльність, адже вони створені для того, щоб забезпечити прозорість, підзвітність та довіру у політичних процесах. Цифрові платформи участі дозволяють громадянам напряму впливати на ухвалення рішень, а бізнесу – легально представляти свої інтереси. Це корисно тим, що знижується бар'єр доступу до політики, процес стає більш інклюзивним, а суспільство отримує реальний механізм контролю. Електронні петиції та консультації мають юридичну силу, як у Великій Британії чи Індії, і саме тому їх варто запроваджувати – вони гарантують, що голос громадян буде почутий і врахований.

Відкриті реєстри лобістів потрібні для того, щоб зробити контакти між бізнесом та владою публічними. Це корисно тим, що зменшуються корупційні ризики, а громадськість може бачити, хто і з якою метою впливає на політичні рішення. Приклад Канади показує, що такі реєстри формують довіру до системи та забезпечують підзвітність у режимі реального часу [29, с. 82].

Блокчейн варто запроваджувати, бо він створений для того, щоб гарантувати незмінність і прозорість даних. Це корисно тим, що всі транзакції та контакти між лобістами й урядовцями фіксуються у відкритому реєстрі, який неможливо підробити чи приховати. Це підвищує рівень довіри та мінімізує можливості для корупції. Досвід Південної Кореї та Сінгапуру свідчить, що блокчейн може стати основою для майбутніх систем контролю за лобістською активністю.

Штучний інтелект (AI) та аналітику великих даних варто запроваджувати у лобістську діяльність, бо вони призначені для того, щоб підвищити ефективність

комунікації між бізнесом, громадськістю та владою. Використання AI-моделей дозволяє відстежувати суспільні настрої, прогнозувати реакцію громадян на законодавчі ініціативи та адаптувати стратегії впливу відповідно до реальних очікувань [20]. Це дає змогу лобістам діяти більш цілеспрямовано, а політичним інститутам – ухвалювати рішення, які відповідають потребам суспільства.

Не менш важливо запроваджувати аналітику даних для проведення таргетованих кампаній. Алгоритми створені для того, щоб точно визначати цільові групи, сегментувати аудиторію та формувати персоналізовані повідомлення. Це робить лобістські стратегії ефективнішими, адже інформація доходить саме до тих громадян чи організацій, які мають найбільший вплив на прийняття рішень. Прикладом є Бразилія, де технології аналізу даних активно застосовуються у сфері аграрної політики, допомагаючи як корпораціям, так і громадським рухам мобілізувати підтримку населення.

Водночас варто враховувати ризики, адже AI може бути використаний для маніпуляцій чи поширення дезінформації. Саме тому необхідно запроваджувати чітке регулювання, щоб ці технології служили для прозорості та етики, а не для прихованого впливу.

Паралельно важливо розвивати системи відкритих даних та цифрової звітності. Вони створені для того, щоб забезпечити громадський контроль, публікуючи інформацію про зустрічі лобістів, фінансування кампаній та результати їхньої діяльності[23, с.368]. У Чилі відкриті дані використовуються для моніторингу державних закупівель, а в Кенії – для відстеження фінансування інфраструктурних проектів. Це дозволяє громадським організаціям аналізувати вплив бізнесу на політику та формувати довіру до державних інститутів.

Запровадження мобільних додатків (табл. 3.1) у сфері лобізму є важливим кроком до формування сучасної та прозорої політичної системи. Вони дозволяють громадянам брати участь у процесі ухвалення рішень швидко, зручно та без зайвих бюрократичних бар'єрів. Збір підписів через мобільні додатки дає змогу організовувати кампанії у найкоротші терміни, мобілізувати підтримку для законодавчих ініціатив чи суспільних рухів. Це особливо корисно у країнах із

великою територією та різноманітним населенням, де традиційні методи комунікації часто є повільними та малоефективними.

Таблиця 3.1

Найпоширеніші мобільні додатки для лобізму та адвокації

№	Назва додатку	Основне призначення	Країни/регіони використання	Особливості
1	Bloomerang	Підтримка некомерційних організацій, управління кампаніями та донорами	США, Канада	Інтеграція з CRM, аналітика ефективності кампаній
2	DSMN8	Мобілізація співробітників та прихильників для адвокаційних кампаній	Європа, США	Використання AI для таргетованих повідомлень
3	EveryoneSocial	Поширення контенту та залучення громадськості	США, Великобританія	Сильна інтеграція із соцмережами, аналітика охоплення
4	GaggleAMP	Організація цифрових кампаній, управління комунікацією	США, Латинська Америка	Можливість створення завдань для учасників кампаній
5	Phone2Action (Capitol Canary)	Лобістські кампанії, прямий зв'язок із законодавцями	США	SMS, email та мобільні повідомлення для мобілізації
6	New/Mode	Інструменти для громадських рухів, петиції та звернення до влади	Канада, Австралія	Автоматизовані листи до політиків, інтеграція з соцмережами

Джерело: складено на основі [32, с. 47]

Онлайн-опитування, інтегровані у мобільні платформи, відкривають нові можливості для врахування думки громадян у процесі прийняття рішень. Вони дозволяють отримувати зворотний зв'язок у режимі реального часу, аналізувати суспільні настрої та коригувати політичні стратегії відповідно до очікувань населення. Це підвищує рівень довіри до влади, адже громадяни бачать, що їхня думка враховується. Крім того, інтерактивні інструменти сприяють підвищенню політичної культури, адже залучають людей до активної участі у демократичних процесах [25].

Прикладом успішного використання мобільних додатків є Південно-Африканська Республіка, де вони стали важливим каналом комунікації між

громадянами та владою. Завдяки мобільним платформам люди можуть повідомляти про проблеми у своїх громадах, підтримувати соціальні та екологічні ініціативи, а також контролювати діяльність уряду. Подібні практики можна запроваджувати й в інших країнах, що дозволить зробити лобістську діяльність більш відкритою та підзвітною.

Запровадження інноваційних технологій у лобістську діяльність є важливим чинником розвитку відкритої та демократичної політичної системи. Використання цифрових платформ участі, блокчейну, штучного інтелекту, аналітики даних та мобільних додатків створює нові можливості для громадянського суспільства та бізнесу, проте водночас породжує певні ризики, які необхідно враховувати.

До основних переваг належить насамперед прозорість та підзвітність. Цифрові платформи участі та відкриті реєстри лобістів дозволяють громадськості контролювати, хто і з якою метою взаємодіє з владою. Це зменшує ризики прихованого впливу та корупції, а також формує довіру до політичних процесів. Важливою перевагою є й доступність для громадян: електронні петиції, мобільні додатки та онлайн-опитування роблять політичний процес більш інклюзивним, дозволяючи кожному висловити свою позицію [28, с. 240].

Ще однією сильною стороною є ефективність комунікації. Штучний інтелект та аналітика даних допомагають прогнозувати суспільні настрої, формувати таргетовані кампанії та досягати більшої результативності. Блокчейн, у свою чергу, забезпечує незмінність даних, адже всі транзакції та контакти між лобістами й урядовцями фіксуються у відкритому реєстрі, який неможливо підробити чи приховати. Це створює новий рівень довіри та мінімізує можливості для корупції. Нарешті, інноваційні технології сприяють міжнародній інтеграції, адже дозволяють формувати єдині стандарти прозорості у глобалізованому світі [21].

Водночас існують і недоліки. Найбільший ризик полягає у можливості маніпуляцій: алгоритми AI можуть бути використані для поширення дезінформації чи створення «інформаційних бульбашок». Також є проблема нерівності доступу, адже великі корпорації мають більше ресурсів для використання новітніх технологій, ніж громадські організації. Запровадження блокчейну чи складних цифрових

платформ потребує значних інвестицій, що створює технічні та фінансові бар'єри [26, с. 192]. Крім того, у багатьох країнах законодавство ще не адаптоване до нових технологій, що породжує правові прогалини та можливості для зловживань. Не можна забувати й про загрозу приватності, адже використання великих масивів даних може призвести до порушення прав громадян на захист персональної інформації.

Отож, запровадження інноваційних інструментів та технологій у сфері лобізму є необхідною умовою для формування прозорої та підзвітної політичної системи. Цифрові платформи, блокчейн, штучний інтелект, відкриті дані та мобільні додатки створюють нові можливості для участі громадян і бізнесу, але водночас потребують суворого регулювання та міжнародної координації. Майбутнє лобізму залежить від того, наскільки ефективно суспільство зможе поєднати інновації з етичними стандартами та механізмами контролю.

3.2. Формування етичних стандартів і правових механізмів регулювання цифрового лобізму

Етичні стандарти у сфері цифрового лобізму є необхідними для того, щоб забезпечити баланс між інтересами бізнесу, громадян та держави. Вони створюють основу для чесної та прозорої взаємодії, визначають правила поведінки лобістів і обмежують використання маніпулятивних технологій. У сучасних умовах, коли цифрові інструменти дозволяють швидко поширювати інформацію та мобілізувати підтримку, саме етичні норми стають гарантією того, що лобізм не перетвориться на інструмент прихованого впливу чи дезінформації [23, с.297].

Одним із ключових принципів є прозорість контактів. Лобісти повинні відкрито декларувати свої зв'язки з політиками та урядовцями, щоб громадськість мала можливість контролювати процес ухвалення рішень. Це дозволяє уникнути ситуацій, коли інтереси окремих груп просуваються у тіні, без належного суспільного

обговорення. Прозорість сприяє формуванню довіри до політичної системи та зменшує ризики корупції.

Не менш важливим є принцип відповідальності за інформацію. Лобісти повинні гарантувати достовірність даних, які вони поширюють, і утримуватися від використання дезінформації чи викривлених фактів. У цифровому середовищі, де інформація поширюється миттєво, навіть невелика маніпуляція може мати значний вплив на суспільні настрої. Тому етичні стандарти мають передбачати сувору заборону на використання неправдивих даних у лобістських кампаніях.

Третім важливим аспектом є етичне використання технологій. Алгоритми штучного інтелекту та аналітики даних повинні застосовуватися для прогнозування суспільних настроїв і вдосконалення комунікації, а не для маніпуляцій чи створення «інформаційних бульбашок». Це означає, що технології мають служити інструментом для кращого розуміння громадянських потреб, а не для прихованого впливу на їхню поведінку. Прикладом є Європейський Союз, де діє Кодекс поведінки для лобістів у Брюсселі, що встановлює правила прозорості та чесності у взаємодії з інституціями ЄС [30, с. 96].

Поряд із етичними стандартами важливу роль відіграють правові механізми регулювання. Вони потрібні для того, щоб забезпечити контроль за діяльністю лобістів і запобігти зловживанням. Одним із найпоширеніших інструментів є реєстри лобістів, які функціонують у Канаді та США. Лобісти зобов'язані звітувати про свої контакти, клієнтів та фінансування, що дозволяє громадськості відстежувати їхню діяльність у режимі реального часу. Це створює умови для більшої підзвітності та формує довіру до політичної системи.

Ще одним важливим елементом є законодавчі рамки, які визначають права та обов'язки лобістів, а також санкції за порушення. У багатьох країнах ухвалюються закони, що регулюють лобістську діяльність, встановлюючи чіткі правила гри для всіх учасників процесу [27]. Наприклад, у Франції діє закон про прозорість у публічному житті, який зобов'язує лобістів декларувати свої контакти з представниками влади. Це дозволяє уникати прихованого впливу та забезпечує відкритість політичних процесів.

Окремої уваги потребує регулювання цифрових платформ, адже саме вони стають основним каналом комунікації у сучасному лобізмі. Важливо встановити правила для використання мобільних додатків, соціальних мереж та блокчейну, щоб уникнути маніпуляцій та забезпечити прозорість. Це означає, що держава має створювати механізми контролю за тим, як саме використовуються цифрові інструменти у лобістських кампаніях, і гарантувати, що вони служать інтересам суспільства.

Цифровий лобізм, попри очевидні переваги, має низку викликів і ризиків, які потребують чіткого правового та етичного врегулювання. Його стрімкий розвиток відкриває нові можливості для громадянського суспільства та бізнесу, але водночас створює загрози для прозорості та справедливості політичних процесів [19, с. 160].

Одним із найбільших ризиків є маніпуляції алгоритмами. Використання штучного інтелекту для аналізу суспільних настроїв може бути корисним, коли йдеться про прогнозування реакції громадськості чи вдосконалення комунікації. Проте ті самі алгоритми можуть застосовуватися для створення «інформаційних бульбашок», коли громадяни отримують лише вибірккову інформацію, що формує викривлене уявлення про реальність. Це загрожує демократичним процесам, адже суспільна думка може бути штучно змінена на користь певних груп чи корпорацій.

Другим викликом є нерівність доступу до цифрових інструментів. Великі корпорації мають значно більше ресурсів для використання сучасних технологій, ніж громадські організації чи невеликі ініціативні групи. Це створює дисбаланс у політичному процесі, адже потужні гравці можуть ефективніше впливати на владу, тоді як голоси менш забезпечених груп залишаються слабшими. Така нерівність ставить під сумнів принцип рівності можливостей у демократичному суспільстві.

Ще одним ризиком є міжнародний вплив цифрового лобізму. Лобістські кампанії, організовані через цифрові платформи, можуть одночасно впливати на політику кількох країн. Це ускладнює контроль і створює загрозу втручання у внутрішні справи держав [14]. Наприклад, глобальні корпорації здатні просувати свої інтереси у різних юрисдикціях одночасно, використовуючи єдині цифрові

інструменти. У результаті виникає потреба у міжнародній координації та створенні єдиних правил гри.

Саме тому важливим завданням є формування міжнародних стандартів та співпраці. Цифровий лобізм має транснаціональний характер, і його регулювання не може обмежуватися лише національними рамками.

Таблиця 3.2

Документи OECD щодо прозорості та етики лобізму

№	Назва документа	Рік ухвалення	Основна мета	Ключові положення
1	OECD Guidelines on Managing Conflict of Interest in the Public Service	2003	Запобігання конфлікту інтересів у державному секторі	Визначення правил для уникнення прихованого впливу та корупційних ризиків
2	OECD Principles for Transparency and Integrity in Lobbying	2010	Встановлення базових принципів прозорості та доброчесності	Стандарти поведінки лобістів, вимога відкритості контактів з урядовцями
3	OECD Recommendation on Principles for Transparency and Integrity in Lobbying	2013	Розширення та деталізація принципів	Запровадження механізмів контролю, рекомендації щодо створення реєстрів лобістів
4	OECD Recommendation on Public Integrity	2017	Формування системи доброчесності у державному управлінні	Стандарти прозорості, етики та підзвітності у взаємодії з лобістами
5	OECD Report «Lobbying in the 21st Century: Transparency, Integrity and Access»	2021	Аналіз сучасних практик лобізму та рекомендації	Оцінка викликів цифрового лобізму, пропозиції щодо міжнародних стандартів та регулювання

Джерело: складено на основі [14; 18, с.59; 27]

Велику роль у цьому процесі відіграє Організація економічного співробітництва та розвитку (OECD), яка розробляє рекомендації щодо прозорості та етики у лобістській діяльності (табл. 3.2). Її документи спрямовані на те, щоб забезпечити чесність і відкритість процесів у різних країнах, створюючи основу для глобальної гармонізації правил.

Організація Об'єднаних Націй (ООН) також підтримує ініціативи щодо відкритих даних та цифрової звітності. Це важливо, адже відкриті дані дозволяють громадськості контролювати діяльність лобістів і зменшують ризики прихованого

впливу [22]. ООН просуває ідею, що прозорість має бути універсальним стандартом, незалежно від рівня розвитку країни чи її політичної системи.

У майбутньому етичні стандарти та правові механізми цифрового лобізму мають бути спрямовані на:

1. створення глобальних кодексів поведінки;
2. інтеграцію технологій блокчейну для контролю прозорості;
3. розвиток відкритих даних як інструменту громадського контролю;
4. забезпечення рівного доступу до цифрових інструментів для бізнесу та громадських організацій [30, с.91].

Отож, формування етичних стандартів і правових механізмів регулювання цифрового лобізму є ключовим завданням сучасних демократичних суспільств. Вони потрібні для того, щоб зробити політичні процеси прозорими, підзвітними та справедливими. Етичні норми гарантують чесність і відповідальність, а правові механізми забезпечують контроль і запобігають зловживанням. Лише поєднання технологічних інновацій із чіткими правилами та міжнародними стандартами дозволить перетворити цифровий лобізм на інструмент розвитку демократії, а не на загрозу для суспільства.

ВИСНОВКИ

Підсумовуючи виконані завдання дипломного дослідження, можна окреслити основні результати, що стосуються теоретичних положень трансформації інституту лобізму, аналізу практик США, ЄС та України, а також розробки рекомендацій щодо розвитку цифрового лобізму в умовах сучасної демократії.

Дослідження теоретико-методологічних засад показало, що лобізм слід розглядати як багаторівневий соціально-політичний механізм, який забезпечує взаємодію між бізнесом, громадянським суспільством та державними інституціями. Його багатовікова еволюція (від античних практик публічного впливу до сучасних цифрових інструментів) свідчить про постійне пристосування до нових умов комунікації та врядування. Це підтверджує, що лобізм є не лише інструментом тиску чи просування інтересів, а й важливим каналом діалогу, який дозволяє враховувати різноманітність суспільних позицій у процесі ухвалення рішень.

Аналіз наукових джерел показав, що ключовими принципами легітимного лобізму є прозорість, підзвітність, етичність та інституційна врегульованість. Прозорість означає відкритість контактів між лобістами та представниками влади, що дає змогу громадськості контролювати процеси ухвалення рішень. Підзвітність передбачає обов'язкову реєстрацію та звітність лобістів, що зменшує ризики корупції. Етичність полягає у відповідальності за достовірність інформації та недопущенні маніпуляцій. Інституційна врегульованість забезпечує чіткі правові рамки, які відокремлюють легальні форми лобізму від тіньових практик.

Вивчення праць українських і зарубіжних дослідників дозволило узагальнити різні підходи – від класичних концепцій політичної комунікації до сучасних теорій цифрової демократії – та показати їхню практичну значущість для формування політичної культури. Українські науковці наголошують на необхідності правового врегулювання лобізму як умови становлення демократичної держави, тоді як зарубіжні дослідники акцентують увагу на його ролі у мобілізації громадської думки та формуванні порядку денного. Це свідчить про універсальність проблематики лобізму, яка поєднує правові, політичні та комунікативні аспекти.

Значущим є й те, що сучасний лобізм дедалі більше інтегрує цифрові технології. Соціальні мережі, онлайн-петиції, краудсорсингові платформи та аналітика великих даних створюють нові можливості для громадянського суспільства, дозволяючи мобілізувати підтримку та швидко поширювати інформацію. Водночас це породжує нові виклики – ризик маніпуляцій алгоритмами, нерівність доступу до цифрових інструментів та транснаціональний характер лобістських кампаній. Саме тому етичні

стандарти та правові механізми регулювання набувають особливого значення, адже вони покликані забезпечити баланс між ефективністю впливу та демократичною легітимністю.

Порівняльний аналіз практик США та ЄС засвідчив, що цифровий лобізм у США є продовженням традиційних моделей, але з акцентом на масову мобілізацію та використання аналітики даних. Американська модель характеризується прагматизмом і технологічною орієнтацією: тут активно застосовуються соціальні мережі, мобільні додатки, системи Big Data та алгоритми штучного інтелекту для прогнозування суспільних настроїв і формування політичних кампаній. Лобістські організації у США мають значний досвід у використанні цифрових інструментів для мобілізації громадян, збору підписів, організації масових акцій та впливу на законодавців. Це дозволяє їм швидко реагувати на зміни політичної ситуації та ефективно просувати інтереси своїх клієнтів.

У Європейському Союзі, навпаки, цифрова демократія стимулює розвиток інституційних механізмів прозорості – реєстрів лобістів, відкритих консультацій та кодексів поведінки. Європейська модель більш нормативна та інституційна: вона робить акцент на створенні правових рамок і етичних стандартів, які забезпечують відкритість процесу ухвалення рішень. У Брюсселі діє Кодекс поведінки для лобістів, а Європейський реєстр прозорості дозволяє громадськості відстежувати діяльність організацій та осіб, що взаємодіють з інституціями ЄС. Таким чином, європейський підхід спрямований на формування довіри до політичної системи через інституційні гарантії прозорості та підзвітності.

Це свідчить про різні моделі трансформації: американська – більш прагматична та технологічна, зорієнтована на швидкість і масовість мобілізації, європейська – більш нормативна та інституційна, спрямована на врегулювання та контроль. Обидві моделі мають свої переваги й недоліки, але разом вони демонструють багатоваріантність розвитку цифрового лобізму у світі.

Аналіз українського контексту показав, що лобізм у нашій державі перебуває на етапі становлення. Від «коридорного» лобізму 1990-х років, який асоціювався з кулуарними домовленостями та непрозорими практиками, Україна поступово

переходить до спроб правового врегулювання та прозорості. Прийняття законодавчих ініціатив щодо реєстрації лобістів і створення механізмів звітності є важливим кроком у цьому напрямі.

Водночас цифрові інструменти відкривають нові можливості для громадських рухів, які активно використовують соціальні мережі, онлайн-петиції та краудсорсингові платформи. Це дозволяє мобілізувати підтримку широких верств населення, швидко поширювати інформацію та впливати на громадську думку. Завдяки цьому громадянське суспільство отримує реальний механізм впливу на політичні процеси, що раніше було доступно лише великим бізнес-структурам чи професійним лобістам.

Проте такі можливості супроводжуються новими ризиками. Зокрема, існує загроза маніпуляцій громадською думкою через використання алгоритмів штучного інтелекту, поширення дезінформації та створення «інформаційних бульбашок». Крім того, нерівність доступу до сучасних технологій між великими корпораціями та невеликими громадськими організаціями може призвести до дисбалансу у політичному процесі. Це означає, що розвиток цифрового лобізму в Україні потребує не лише технологічних інновацій, а й чітких правових рамок та етичних стандартів, які гарантуватимуть прозорість і справедливість.

Розроблені рекомендації щодо розвитку цифрового лобізму спрямовані на запровадження інноваційних інструментів і технологій, формування етичних стандартів та правових механізмів регулювання. Запропоновано створення глобальних кодексів поведінки, інтеграцію блокчейну для контролю прозорості, розвиток відкритих даних як інструменту громадського контролю та забезпечення рівного доступу до цифрових інструментів для бізнесу й громадських організацій. Це дозволить сформувати комплексну модель цифрового лобізму, яка поєднує ефективність впливу з демократичною легітимністю.

Очікувані результати включають підвищення прозорості політичних процесів, зменшення корупційних ризиків, зміцнення довіри громадян до влади та формування інноваційної політичної культури. У сукупності вони створюють стратегічну основу

для подальшого розвитку цифрової демократії та підтверджують практичну значущість лобізму як інструменту врядування.

Таким чином, дослідження підтвердило, що трансформація інституту лобізму в умовах цифрової демократії є необхідною умовою життєздатності сучасних демократичних суспільств. Для України це означає перехід від тіньових практик до прозорих і врегульованих механізмів, здатних інтегрувати інтереси бізнесу, громадян та держави. Запропоновані рекомендації забезпечують комплексний ефект: від формування етичних стандартів до впровадження технологічних інновацій, що у перспективі сприятиме розвитку відкритої та підзвітної політичної системи.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон України «Про лобіювання». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3606-20#Text> (дата звернення: 11.03.2026).
2. Адвокасі-кампанії та лобіювання: конспект лекцій / укладачі: І. М. Кобушко, Я. В. Кобушко. Суми: Сумський державний університет, 2025. 95 с.

3. Горбач К. В. Цифрові комунікації у політичному процесі: виклики та ризики демократизації Політичний менеджмент. 2022. № 4 (97). С. 55-60.

4. Бабенко А. Цифровий лобізм як нова модель політичного впливу: трансформація механізмів ухвалення рішень в умовах онлайн-комунікації / А. Бабенко, Н. Гедікова // Південноукраїнські наукові студії: збірник матеріалів VIII Всеукраїнської конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених (Одеса, 17-19 листопада 2025 р.) / ДЗ «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського», кафедра філософських і соціологічних студій та соціокультурних практик; Південно-Українське відділення Соціологічної асоціації України, Нац. ун-т «Одеська політехніка», Нац. ун-т «Чернігівська політехніка», НТУ «Дніпровська політехніка», Міжнародний університет; відп. ред. та укладач: Петінова О. Б. Одеса: ПНПУ імені К. Д. Ушинського, 2025. С.284-285.

5. Базілевич Д. Право на лобіювання в Україні // Платформа МСБ. URL: <https://platforma-msb.org/denys-bazilevych-pravo-nalobiuvannya-v/> (дата звернення: 11.03.2026)

6. Бовсунівська І. В. Лобізм в органах публічної влади : конспект лекцій. Таврійський національний університет імені В. І. Вернадського, Навчально-науковий інститут управління, економіки та природокористування, Кафедра публічного управління та адміністрування. URL: <https://tnu.edu.ua/sites/default/files/normativbasa/lobizmleksait.pdf> (дата звернення: 11.03.2026)

7. Дослідження: історія лобізму в Україні від початку до сьогодення. URL: <https://boiarka-rada.gov.ua/wp-content/uploads/2026/02/doslidzhennya-lobizm-10-25-1-2.pdf> (дата звернення: 11.03.2026).

8. Колесниченко В. С. Лобізм у сучасній дипломатії: трансформація каналів комунікації та представництва. Міжнародні та політичні дослідження. 2025. Вип. 40. С. 31-47.

9. Одінцова О.О. Лобізм в Україні: проблеми та перспективи правового регулювання. Київ: НАДУ, 2012. 450 с.

10. Риндюк В.В. Правові аспекти регулювання лобістської діяльності. Науковий вісник ПУЕТ, 2016. Яровий Т. Політичні комунікації в Україні. Київ, 2019. 300 с.

11. Романенко Є. О., Непомнящий О. М., Яровий Т. С. Лобізм. Наукові перспективи. 2021. Т. 3(9). С. 9-23.
12. AIPAC: Policies we support. [in English]. AIPAC: Policies we support. URL: <https://www.aipac.org/policy> (дата звернення: 11.03.2026).
13. Bitonti, A., & Mariotti, C. (2023). Beyond transparency: the principles of lobbying regulation and the perspective of professional lobbying consultancies. *Italian Political Science Review*, 53, 143-160. DOI: [10.1017/ipo.2022.16](https://doi.org/10.1017/ipo.2022.16) (дата звернення: 11.03.2026).
14. Bitonti, A., Mugellini, G., Mariotti, C., Francoli, M., & Villeneuve, J.-P. (2025). Citizens and the public perception of lobbying: do regulation and trust in political institutions make a difference? *Interest Groups & Advocacy*. DOI: 10.1057/s41309-025-00237-x
15. Chari, R. (2024). New perspectives on lobbying regulation and reform: two generations of research. *Interest Groups & Advocacy*, 13, 381-395. DOI: [10.1057/S41309-024-00227-5](https://doi.org/10.1057/S41309-024-00227-5) (дата звернення: 11.03.2026).
16. Coleman S., Shane P. M. *Digital Democracy: Concepts, Methodologies, Tools, and Applications*, PA: IGI Global, 2014. 1200 p.
17. Diamond L. *Ill Winds: Saving Democracy from Russian Rage, Chinese Ambition, and American Complacency*. New York : Penguin Random House, 2019. 432 p.
18. European Digital Media Observatory (EDMO). *Political Advertising and Online Influence in the European Union: Annual Report 2023*. Brussels: EDMO, 2023. P.92.
19. Farrell H., Newman A. *Of Privacy and Power: The Transatlantic Struggle over Freedom and Security*. Princeton, NJ: Princeton University Press, 2019. 352 p.
20. Feldstein S. The Road to Digital Unfreedom / S. Feldstein // *Journal of Democracy*. 2021. Vol. 32, No. 1. URL: <https://www.journalofdemocracy.org/articles/the-road-to-digital-un> (дата звернення: 11.03.2026).
21. Freedom House. *Freedom on the Net 2022: Countering an Authoritarian Overhaul of the Internet* / Freedom House. Washington, D.C.: Freedom House, 2022. URL: <https://freedomhouse.org/report/freedom-net/2022/counteringauthoritarian-overhaul-internet> (дата звернення: 11.03.2026).

22. Freedom House. Freedom on the Net 2021: The Global Drive to Control Big Tech / Freedom House. Washington, D.C.: Freedom House, 2021. URL: <https://freedomhouse.org/report/freedom-net/2021/global-drive-control-big-tech> (дата звернення: 11.03.2026).

23. Godfrey K. Lobbying Regulation in Canada. Ottawa: Office of the Commissioner of Lobbying of Canada, 2016. 780 p.

24. Kergueno, R. (2024). Lobby Transparency Across the EU. Transparency International EU. URL: https://transparency.eu/wp-content/uploads/2024/02/Transparency-international-EU_briefing_Lobby-transparency-in-the-EU.pdf (дата звернення: 11.03.2026).

25. Lobbying Statistics and Trends in 2025: Everything You Need to Know. URL: https://columncontent.com/lobbying-statistics-trends/?utm_source=chatgpt.com (дата звернення: 11.03.2026).

26. Lubinets, D. (2018). Anglo-Saxon and Continental Models of Lobbying Regulation: Comparative Analysis. Bulletin of Mariupol State University. Series "History. Political Science", 21, 190-196. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vmdu_ip_2018_21_26 (дата звернення: 11.03.2026).

27. Năstase, A. (2024). A tale of two cities: regulating lobbying through public and private instruments in Brussels and Washington D.C. Interest Groups & Advocacy, 13, 498-526. DOI: [10.1057/s41309-024-00226-6](https://doi.org/10.1057/s41309-024-00226-6) (дата звернення: 11.03.2026).

28. Năstase, A., & Muurmans, C. (2020). Regulating lobbying activities in the European Union: A voluntary club perspective. Regulation & Governance, 14, 238-255. DOI: [10.1111/rego.12200](https://doi.org/10.1111/rego.12200) (дата звернення: 11.03.2026).

29. Noveck B. Smart Citizens, Smarter State: The Technologies of Expertise and the Future of Governing. Cambridge, MA : Harvard University Press, 2009. 288 p.

30. Organisation for Economic Cooperation and Development (OECD). Lobbying in the 21st Century: Transparency, Integrity and Access. Paris: OECD Publishing, 2023. P.120.

31. Reynders, D. (Ed.). (2021). Anti-corruption trends, challenges and good practices in Europe & the United States of America. 21st General Activity Report. Council of Europe.

URL: <https://rm.coe.int/21st-general-activity-report-greco-2020/1680a2173c> (дата звернення: 11.03.2026).

32. Trofymenko, A., & Lubinets, D. (2020). Lobbying in the European Union: supranational level of legal regulation and functioning. European political and law discourse, 7, 45-52. URL: <https://eppd13.cz/wp-content/uploads/2020/2020-7-1/09.pdf> (дата звернення: 11.03.2026).

Протокол аналізу звіту подібності науковим керівником

Заявляю, що я ознайомився (-лась) з Повним звітом подібності, який був згенерований Системою виявлення і запобігання плагіату щодо роботи:

Автор: Микола Доценко

Співавтор:

Назва: Трансформація інституту лобізму в умовах цифрової демократії порівняльний досвід

Науковий керівник: Завідувач кафедри Світлана Наумкіна

Підрозділ: Кафедра політичних наук і права

Коефіцієнт подібності 1: 0.86%

Коефіцієнт подібності 2: 0%

Мікропробіли: 86

Заміна букв: 0

Інтервали: 0

Білі знаки: 0

Дата створення звіту: 2026-04-13 20:56:24.0

Після аналізу Звіту подібності констатую наступне:

☒ Запозичення, виявлені в роботі є законними і не є плагіатом. Рівень подібності не перевищує допустимої межі. Таким чином робота незалежна і приймається.

☐ Запозичення не є плагіатом, але перевищено граничне значення рівня подібностей. Таким чином робота повертається на доопрацювання.

☐ Виявлено запозичення і плагіат або навмисні текстові спотворення (маніпуляції), як передбачувані спроби укриття плагіату, які роблять роботу невідповідною вимогам законодавства (Ст. 32. ЗУ Про вищу освіту, пункт 3.1, Ст. 42. ЗУ Про освіту) та вимог НАЗЯВО (Критерій 5), а також кодексу етики і процедур. Таким чином робота не приймається.

Обґрунтування:

Дата

експерт