

© **Стовпець О. В.**

гуманітарних наук. Наукові записки Дрогобицького державного педагогічного університету ім. І. Франка. Серія «Філософія» / Ред. кол. : В. Скотний, Т. Біленко, М. Кашуба та ін. — Дрогобич: Вимір, — 2004. — Вип.13. — С.25-34.

8. Скловський І. З. Метафізичний дискурс в контексті осмислення українського етносу / І. З. Скловський // Мультиверсум. Філософський альманах: Збірник наукових праць / Гол. ред. В. В. Лях. — Київ: Видання Інституту філософії імені Г. С. Сковороди НАН України. — 2009. — Вип. 77. — С.99-106.

9. Суліма Є. М. Глобальний соціальний порядок постіндустріалізму. Монографія. — Вид. 2-е, доповн. — К.: Генеза, 2004. — 336 с.

10. Sententiae: Наукові праці спілки дослідників модерної філософії Паскалівського товариства / О. Хома (гол. ред.). — Вінниця: Вид-во Універсум, 2000 — Спецвипуск №3. Філософія і космологія / Ред.: Базалук О., Окорочков В. — 2004. — 223 с.

11. Shils E.A The etnicsoures of nationalism / E. A Shils // Ethnic Conflicts and international Securiti / M.E.Brown(ed) / — Princeton, N.I.: Princeton University Pres, 1993. — P.27-42.

Стовпець Олександр Васильович – кандидат філософських наук, старший викладач кафедри цивільного і трудового права юридичного факультету заступник декана юридичного факультету з наукової роботи Одеського національного морського університету

УДК 130.2 (316.32)

СОЦІАЛЬНО-ФІЛОСОФСЬКИЙ ПОГЛЯД НА ЛОБІЗМ ЯК ОДИН З ФАКТОРІВ ВПЛИВУ НА КУЛЬТУРУ ЗАКОНОТВОРЧОСТІ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ СУСПІЛЬСТВІ

В даній статті з позицій соціальної філософії аналізується феномен лобізму, його форми та моделі, роль і ступінь впливу на культуру законотворчості й в цілому на право як регулятор відносин у цивілізованому суспільстві. Зокрема, розкривається зміст матеріального, інтелектуального, психологічного лобізму. Враховуючи, що мова ведеться про інформаційне суспільство, особливий акцент у статті зроблено на проблемі лобіювання в сфері інтелектуальної власності, з метою експлікації виникаючих у зв'язку із цим протиріч соціально-економічного, правового й філософського характеру.

Ключові слова: лобізм, лобіювання, культура законотворчості, право інтелектуальної власності, суспільний інтерес, соціальна справедливість.

СОЦИАЛЬНО-ФИЛОСОФСКИЙ ВЗГЛЯД НА ЛОББИЗМ КАК ОДИН ИЗ ФАКТОРОВ ВЛИЯНИЯ НА КУЛЬТУРУ ЗАКОНОТВОРЧЕСТВА В ИНФОРМАЦИОННОМ ОБЩЕСТВЕ

В данной статье с позиций социальной философии анализируется феномен лоббизма, его формы и модели, роль и степень влияния на культуру законотворчества и в целом на право как регулятор отношений в цивилизованном обществе. В частности, раскрывается содержание материального, интеллектуального, психологического лоббирования. Учитывая, что речь идёт об информационном обществе, особый акцент в статье сделан на проблеме лоббирования в сфере интеллектуальной собственности, с целью экспликации возникающих в связи с этим противоречий социально-экономического, правового и философского характера.

Ключевые слова: лоббизм, лоббирование, культура законотворчества, право интеллектуальной собственности, общественный интерес, социальная справедливость.

SOCIAL-PHILOSOPHIC COMPREHENSION OF LOBBYISM AS AN INFLUENCE FACTOR FOR LAWMAKING CULTURE OF INFORMATION SOCIETY

The article analyzes in social philosophy context the phenomenon of lobbying, its forms and models, the role and influence on the culture of law-making, and upon the law itself as a relations' regulator in a civilized society. In particular, the article discloses a content of material, intellectual & psychological lobbying. Considering that we deal with information society, a special emphasis is made in the article on the issue of lobbying in the field of intellectual property. It's made for the purpose of explication of socio-economic, legal and philosophical contradictions arising in connection with lobbyism factor.

Keywords: lobbyism, lobbying, lawmaking culture, intellectual property rights, the public interest, social justice.

Актуальність дослідження проблеми лобізму в соціально-філософському ракурсі обумовлена тим, що дане соціальне явище істотно впливає на весь політичний процес. А оскільки саме політика (у сполученні різних її рівнів), опосередкована правовою системою, є атрибутом будь-якого цивілізованого суспільства, то спроби чинити явний або латентний вплив на політичний (у т.ч. законотворчий) процес породжують у суспільстві спектр протиріч, які можуть мати як соціально-економічні, так і духовно-культурні виміри. Так чи інакше, лобізм – це фактор, що задає певні тенденції й формує деякі закономірності суспільного розвитку. В інформаційному суспільстві механізми лобіювання здобувають свою специфіку.

Мета дослідження – проаналізувати найбільш актуальні моделі лобізму, а також оцінити ступінь його впливу на культуру законотворчості в інформаційному суспільстві, власне на право й суспільне буття в цілому.

Як свідчить історія, окрім волі й думки широких мас населення (умовно кажучи, «середнього класу») на законотворчий процес найчастіше впливають окремі соціальні групи, що мають інтереси, відмінні від «загальних». Їхній вплив на законотворчий процес змушує законодавців урахувати розходження в інтересах різних сил у структурі соціуму. Такі групи впливають на законотворчість за допомогою інституту лобізму. Відразу зробимо певне термінологічне уточнення: терміни «лобізм» і «лобіювання» мають майже тотожний зміст, однак, під лобізмом зазвичай мається на увазі специфічний інститут політики, у той час як лобіювання позначає процес, певний алгоритм дій з метою впливання на інші політичні інститути (законотворчість, виборчий процес, тощо).

Лобізм (точніше, його роль у законотворчому процесі) – у найвищому ступені дискусійний інститут законодавчої техніки. Його необхідність у системі законотворчості, характер впливу на процес формування системи законодавства, можливості й технології використання є предметом численних дискусій політологів, філософів, соціологів та інших дослідників. Сам термін «лобіювання» («лобізм», «лобі») загалом можна визначити як спроби будь-яких приватних осіб впливати на діяльність урядів чи парламентів у державах [1].

Іншими словами, лобіювання в сфері законотворчості являє собою діяльність певних промислових, фінансових, національних або інших соціальних груп, з метою втілення своїх інтересів у створюваних нормативних правових актах. Лобі давно вже є невід'ємною складовою частиною сучасного законотворчого й політичного процесу. Традиційно сам термін «лобі» сприймається негативно, оскільки асоціюється із брудними політичними технологіями, з авантюрами в законодавчих структурах, із підкупом та іншими корупційними діями. Однак не можна заперечувати і той факт, що лобіювання існує в переважній більшості сучасних держав. Це й обумовлює необхідність філософського дослідження даного явища.

Терміни «лобі», «лобізм», «лобіювання» англійського походження (від англ. «lobby» – «подвір'я», «кулуари»). Так в XVII-XVIII ст. називали криту галерею між залами засідань палат у будівлі британського парламенту, в якій постійно перебували посередники, здатні

чинити вплив на парламентаріїв. Тобто тут представники законодавчої влади мали змогу конфіденційно спілкуватися з особами, зацікавленими в прийнятті тих або інших законів, та з їхніми посередниками (якими нерідко були професійні інтригани й авантюристи). Дуже скоро встановилася й певна такса як за голоси лордів, так і за послуги лобістів.

Із середини ХІХ ст. лобізм приходить у США й стає нормальною практикою в Конгресі. В умовах бурхливого розвитку промислового капіталізму головним предметом лобі стають інтереси фінансових і промислових угруповань. Дещо пізніше, з урахуванням британського й американського досвіду, з початку ХХ ст. лобіювання законопроектів входить у практику і в Європі.

Для розвитку лобістської діяльності в ході законотворчості необхідний ряд умов: наявність у суспільстві угруповань, здатних сформулювати свої об'єднуючі цілі в нормативній формі й мобілізувати відповідні зусилля, організаційні можливості й матеріальні кошти для втілення цих цілей у чинному законодавстві; визнання державою диференціації інтересів усередині суспільства й готовність враховувати цей факт у законотворчій діяльності; можливість участі в законотворчій діяльності різних політичних і соціальних груп (реальний парламентаризм) у державі. Тому лобізм у законотворчості більшості сучасних країн є неминучим явищем. Невластивий лобізм, мабуть, тільки тоталітарним державам, у яких не існує можливості диференціювати інтереси різних суспільних груп і реально досягати соціального консенсусу в законотворчості [2, с.34].

Лобізм проявляється в найрізноманітніших формах. Найбільш відома й у минулому найпоширеніша форма впливу на законодавців з боку зацікавлених груп – *матеріальне лобіювання*. Дана форма звичайно асоціюється із простим підкупом – врученням учасникам законотворчої діяльності грошових сум готівкою або перерахування на банківський рахунок. Однак нині, в умовах існування в розвинених державах антикорупційних механізмів, моніторингу доходів законодавців, застосування цього способу лобіювання ускладнюється, тому й зустрічається рідко. Навпроти, подібне асигнування коштів є класичним способом дискредитувати політичного супротивника.

Набагато частіше використовуються методи непрямого, прихованого матеріального лобіювання, встановити факт застосування яких не так просто. Для ілюстрації таких методів можна навести видання книг, авторами яких є учасники законотворчого процесу (із виплатою їм нісенітно гігантських авторських гонорарів), здійснення оплати інших видатків, надання учасникам законотворчого процесу матеріальних благ безкоштовно або за заниженими цінами, призначення родичів законотворців на високі посади без реальних обов'язків (але з гарним доходом), укладення з підприємствами, щодо яких законодавці є афілійованими особами, винятково вигідних договорів, тощо. Сюди ж може належати й надання матеріальних коштів політичним партіям – наприклад, у формі оплати передвиборної кампанії. У більшості сучасних держав всі ці методи заборонені. Але не у США. Як це не парадоксально, але в «колисці демократії» практично не існує обмежень у лобіюванні законопроектів за умови підконтрольності цього процесу – реєстрації лобістів і повної їхньої підзвітності у своїй діяльності. Дозволене також і матеріальне лобіювання. При цьому лобіст не має права приховувати свої видатки, пов'язані з лобіюванням законопроектів. І ці видатки обкладаються величезними податками!

Американська модель лобіювання законотворчості передбачає високе оподаткування. Такий механізм робить вплив на законотворчий процес достатньо дорогим. І це дуже важливо, тому що практично виключає з числа «носіїв інтересів» криміналітет (для якого було б значно дешевше просто порушувати прийняті закони, використовуючи корупційні зв'язки для прикриття), а також випадкових осіб. Врешті у лобіюванні можуть брати реальну участь тільки великі промислово-фінансові групи, що висловлюють інколи інтереси цілого напрямку в економічному житті країни. І вони здатні асигнувати на лобіювання законопроектів підчас астрономічні суми.

Ще один різновид впливу на законотворчий процес – т.зв. *психологічне лобіювання*, яке

являє собою здійснення психологічного тиску на учасників законотворчого процесу з метою спрямування їхньої діяльності в певне русло. В якості прикладів застосовуваних методів психологічного лобіювання можна навести такі: «завалювання» учасників законотворчого процесу фіктивними письмовими зверненнями, що імітують громадську активність; проведення кампаній психологічного тиску в засобах масової інформації; організація «тематичних» вуличних акцій та демонстрацій; погрози, провокування різного роду обструкцій, які виводять політиків з рівноваги; нарешті, звичайний шантаж (наприклад, розповсюдити компрометуючі матеріали).

Інтелектуальне лобіювання – інша модель (або механізм) впливу на законотворчий процес. Цей вид лобіювання найбільш делікатний. Він може являти собою інтелектуальну допомогу учасникам законотворчості, що, між іншим, має на меті спрямування діяльності політиків, законотворців, парламентаріїв, урядовців у певному напрямку. Таке лобіювання здійснюють особи, які володіють законодавчою технікою або є фахівцями в регульованій сфері суспільних відносин. Для законотворчої діяльності це навіть може бути істотною формою допомоги, а не тільки фактором впливу.

Інтелектуальне лобіювання може знаходити реалізацію в наступних формах: консультування учасників законотворчої діяльності (як з питань законодавчої техніки, так і по суті регульованих відносин); надання законодавцям готового альтернативного законопроекту; демонстрація результатів незалежних досліджень, що мають значення для законодавчого регулювання; виступ у профільних комітетах із аналізом обговорюваного законопроекту; наукова розробка питань правового регулювання певних відносин; доведення до відома осіб, зайнятих у законотворчому процесі, думки широких мас населення; проведення науково-практичних конференцій за участю представників законодавчої й виконавчої влади, тощо. Інтелектуальне лобі також може супроводжуватися певними психологічними маніпуляціями та матеріальним стимулюванням, але, зазвичай, в опосередкованих формах.

Суб'єктами лобіювання є:

- 1) носій інтересів;
- 2) учасники законотворчої діяльності;
- 3) самі лобісти (як посередники в діалозі між першими й другими).

Головними джерелами лобіювання (носіями інтересів) виступають суспільні групи, що мають власні стратегічні інтереси, які вони воліють втілити в законодавстві. Найчастіше в якості таких суб'єктів виступають фінансові промислові й торговельні угруповання, бажаючі захистити в ході законотворчості певні економічні інтереси. Саме вони найчастіше й виступають як сторона, що впливає на процеси створення, корекції або скасування законів і підзаконних актів. Навіть у країнах з багатими демократичними традиціями лобізм переслідує переважно соціально-економічні цілі, пов'язані з: вирішенням питань власності й прав розпорядження нею; наданням ексклюзивних прав на ведення конкретної діяльності (експорту сировинних ресурсів, виробництва озброєння й ін.); з державним замовленням, квотами, ліцензіями, дотаціями, кредитами, тарифами на енергоресурси, економічними й податковими пільгами; з фінансуванням соціальних програм. Саме великі промислові й фінансові угруповання, репрезентуючі ті або інші галузі суспільного виробництва, здатні найбільш оперативно мобілізувати найефективніші засоби лобізму – гроші, які так чи інакше необхідні для реалізації кожної з форм лобіювання. Для них лобізм виступає просто вкладенням коштів у вигідну справу, в створення привілеїв для бізнесу. Інколи це може створювати позитивний соціальний ефект (наповнення бюджетів, покращення зайнятості).

Втім, носіями інтересів можуть виступати не лише бізнес-структури, але й інші групи – соціальні, політичні, інтелектуальні, національні, релігійні, культурні. Вони частіше використовують з метою впливу на законодавчий процес неекономічні форми лобіювання (психологічні й інтелектуальні). Лобіювання ними певних законопроектів, зазвичай, не настільки потужне.

В якості суб'єктів законотворчості та, у той самий час, об'єктів для лобі виступають

учасники законодавчої діяльності. При цьому помилковим було б вважати, що лобізм має на меті вплив на поведінку одних тільки парламентаріїв. Лобіювання спрямоване на діяльність кожного із суб'єктів законотворчості. Об'єктом матеріального, психологічного або інтелектуального впливу може стати будь-який учасник процесу підготовки й прийняття нормативного правового акту. Тому що діяльність кожного з них є невід'ємною складовою законотворчого процесу в цілому й може вчинити значний вплив на його результати. Ступінь впливу лобістів на органи державної влади залежить від сформованих у країні правових норм і політичної практики. В авторитарних державах при відсутності парламенту (або виконанні ним суто номінальних функцій) зусилля лобістів спрямовуватимуться на співробітництво із урядом або керівником держави, тобто із фактично законотворчою владою. І навпаки, в країнах, де повноваження виконавчої влади у сфері законотворчості обмежені, лобіювання ведеться, відповідно, на парламентському рівні.

У сучасних умовах для повноцінного лобіювання необхідна й наявність лобістів – посередників між бажаними закріпити свої інтереси в законодавстві й відповідними учасниками законотворчості. Особливо важливими є функції лобістів при використанні методів економічного лобіювання. І справа тут не тільки в організаційних проблемах. Лобісти виступають не просто як посередники, не просто як люди обізнані, до кого й за чим звертатися і чий послуги скільки коштують. Лобісти виступають у певній мірі як фахівці з висловлення абстрактних соціальних інтересів у конкретній нормативній правовій формулі. Вони визначають, у якій саме формі та в якому виді нормативних актів необхідно відображати ті або інші зацікавленості.

Інакше кажучи, лобісти виступають як фахівці з формулювання інтересів у нормативних розпорядженнях. Вони мають допомагати своїм клієнтам – носіям стратегічних інтересів – віддзеркалювати ці інтереси в текстуальній формі законопроектів або поправок до них. Саме з цієї причини (з урахуванням ролі лобізму в законодавчій практиці сучасності) лобісти повинні розглядатися як повноцінні учасники законотворчості, яким необхідні системні знання у сфері законодавчої техніки. Професіоналізм лобістів є запорукою не тільки ситуативної ефективності їхньої дії, але й самої можливості системного, широкого й планомірного лобістського впливу на діяльність законодавців. Тому в США лобістами є зазвичай відставні сенатори або колишні члени Верховного суду, які мають практичний досвід законотворчої роботи. Ймовірно, саме їхній професіоналізм багато в чому й обумовлює ту роль, яку лобізм традиційно грає в роботі американських парламентаріїв. «Випадковій людині» стати лобістом у Конгресі США або в законодавчих органах штатів практично неможливо.

Головною умовою «позитивного» характеру лобізму для законотворчого процесу виступає те, щоб «носії інтересів» дійсно представляли значну частину суспільства, об'єднану спільними соціальними інтересами (в т.ч. культурними, ментальними, економічними, тощо). Лобізм тільки тоді потрібний і корисний для суспільства, і позитивно впливає на законотворчу культуру, коли він здатен реально сформулювати й артикулювати інтереси певної соціальної групи, а не особисті інтереси конкретних політиків або вузькі (нерідко, антисуспільні) потреби приватного, монопольного характеру. В зазначеному контексті лобізм може ставати інструментом диференціації суспільних інтересів, виділяти основні групи інтересів, встановлювати пріоритет тих або інших з урахуванням рівня суспільної підтримки.

Однак справи із застосуванням інституту лобі насправді не такі вже позитивні для переважної більшості суспільства повсюдно. І наступний приклад проілюструє деструктивні риси, що може нести лобізм для принципів соціальної справедливості та суспільних інтересів у цілому. Оскільки нинішня епоха розвитку людства характеризується процесом формування т.зв. *інформаційного* суспільства, то розглянемо приклад лобіювання в одній з найбільш чутливих для даного суспільства сфер – у просторі інтелектуальної власності.

Так, наприклад, в екваторіальній Африці близько 25 млн. людей заражені вірусом СНІДу. Як відомо, від СНІДу поки що немає ліків, однак є препарати, які дозволяють значно

сповільнити перебіг хвороби. Ці види антиретровірусної терапії наразі ще експериментальні, але їхнє застосування вже істотно позначилося на ситуації. У цивілізованих країнах пацієнти, що регулярно приймають коктейль із цих препаратів, подовжують своє життя на декілька десятиліть. Це дорогі препарати. Коли вони вперше з'явилися в США, лікування однієї людини обходилося в 10-15 тисяч доларів на рік. Сьогодні деякі річні курси терапії коштують близько 25 тис. доларів. За такими цінами, зрозуміло, жодна африканська країна не в змозі дозволити собі лікувати більшу частину населення. Так, сума навіть в 15 тис. доларів перевищує валовий національний дохід Зімбабве на душу населення у тридцять разів [3].

Ціни такі високі не тому, що інгредієнти ліків дорого коштують. Ціни завищені через те, що препарати захищені патентами. Фармацевтичні компанії, які нині виготовляють ці рятівні суміші, користуються, щонайменше, двадцятилітньою монополією на свої винаходи. І вони, природно, свою законну монополію використовують, щоб витягти з ринку якнайбільше. Своє лобі вони застосовують також і для підтримки високих цін усюди в світі [4, с.233].

Фармацевтика об'єктивно має потребу в патентах. Патент надає фармацевтичній компанії впевненість у тому, що в разі винаходу справді успішних ліків від якої-небудь хвороби гарантовано повернуться інвестиції й можна буде навіть добре заробити. Для суспільства це надзвичайно цінний стимул. У той самий час, коли лідери африканських країн стали усвідомлювати спустошливий розмах епідемії СНІДу, вони почали вишукувати способи ввезення препаратів проти ВІЛ за цінами, істотно нижчими за ринкові. Так, у 1997 році ПАР прийняла закон, що дозволяє ввозити в країну патентовані ліки, зроблені або реалізовані на ринку іншої країни (де ліки можуть бути й не запатентовані), за згодою власника патенту. Наприклад, якщо препарат продали в Єгипті, його можна було б ввозити в ПАР з Єгипту. Це називається «паралельним імпортом». У цілому подібна практика дозволена міжнародним торговельним правом, і особливо заохочується в рамках Європейського Союзу [5].

Однак уряд США виступив проти цього. До влади ПАР було спрямовано «прохання» відмовитися від практики «паралельного імпорту», змінити закон і, для більшої переконливості, в 1998 році ПАР включили до списку кандидатів на запровадження торговельних санкцій. У тому ж році понад 40 фармацевтичних компаній ініціювали судові процеси проти дій південноафриканського уряду. Їхня позиція була підтримана США та ЄС. Зрозуміло, що така політика раніше була ґрунтовно пролобійована самими фармацевтами-монополістами всередині США й країн ЄС. Фармацевтичні компанії заявляли, що ПАР порушує зобов'язання в рамках міжнародного права, піддаючи дискримінації один з видів патентів – фармацевтичний. Вимоги урядів декількох країн на чолі зі США зводилися до «необхідності поважати ці патенти як і всякі інші безвідносно до того, який ефект такий порядок речей матиме для боротьби зі СНІДом у ПАР» [6].

Примітно, що, зупиняючи поставку ліків проти ВІЛ за низькими цінами до Африки, уряд Сполучених Штатів не прагнув зберегти ці препарати для громадян США. Адже антиретровірусні засоби – це ж не пшениця (в тому розумінні, що у випадку з ними не працює логіка на кшталт «якщо вони це з'їдять, нам нічого не залишиться»). Фактично дії США тоді були спрямовані на блокування можливого поширення інформації про те, як взяти препарати, наявні в Африці, та змішати їх у ліки, які, можливо, врятують 25 мільйонів життів. У той же час втручання США було нездатне захистити реальний прибуток американських фармацевтичних компаній. Бо справа в тому, що африканські країни все одно не були готові купувати ліки по їхній оголошеній вартості. Тому заборона «паралельного імпорту» цих препаратів ніяк не могла істотно підвищити обсяги продажі американських компаній. Медикаменти в Африку не пустили саме через «замах» на інтелектуальну власність [7].

Втручання Сполучених Штатів тут можна розглядати в певному контексті. Безсумнівно, воно не є головною причиною, чому африканці не одержують медикаментів у достатніх обсягах за доступними цінами. Масова бідність і фактична відсутність системи охорони здоров'я в цих країнах – більш істотні причини. Але ціни на ліки впливають на попит, а ціни формуються патентами. Приток медикаментів в Африку не тільки суперечив би інтересам

фармацевтів, які контролюють світовий ринок антиретровірусних препаратів у частині одержання прибутку. Він створював би загрозу для існуючої монополії на інформацію, що лежить в основі виробництва даної продукції. Аргументом на користь обмеження потоку інформації, необхідної для порятунку мільйонів життів, став принцип недоторканості інтелектуальної власності. В свою чергу, це стало можливим саме завдяки фактору наймогутнішого лобізму в сфері «копірайта».

Показово, що в іншому випадку американське «копірайтерське» лобі спрацювало у зворотному напрямку – зробило *неможливе* з точки зору чинних й загально визнаних міжнародних стандартів у сфері інтелектуальної власності *реальністю*. Мова тут ведеться про дуже сумнівний судовий прецедент, коли строк дії виключних майнових авторських прав було подовжено, незважаючи на вичерпання цих прав. То був дуже яскравий приклад анти-суспільного лобізму. Однак це вже предмет окремої дискусії [8, с. 148].

Спробуємо дещо резюмувати викладене вище у наступному *висновку*.

Соціально-філософський характер питання щодо ролі лобізму в законотворчому процесі розкривається в онтологічній та аксіологічній площині суспільного буття. Зокрема, лобізм як фактор впливу на законодавчу політику породжує дихотомію наступного змісту:

1) чи є право як таке реальною соціальною цінністю, тобто механізмом, спрямованим на охорону та захист збалансованих суспільних і приватних інтересів?

2) або ж право (що втілюється в нормах законів та підзаконних актів) є переважно результатом потужного всепроникаючого лобі впливових груп, які трансформують правову систему під свої вузькокласові інтереси, що завжди превалюють над загальносуспільними, а інколи є й взагалі антагоністичними? В такому разі право можна вважати лише легальним інструментом маніпуляцій з боку різних еліт, що існують в тому чи іншому суспільстві.

На жаль, у світлі вищенаведених ілюстрацій (на прикладі тенденцій у розвитку законодавства про інтелектуальну власність, навіть у країнах, що вважаються прогресивними) погляд на «право як інструмент еліт» бачиться більш обґрунтованим, ніж ідеалістична концепція «права як універсальної суспільної цінності». Проте надати однозначну відповідь, чи є сучасне право виключно продуктом лобізму, або ж в якому ступені це справедливо для різних суспільств, не представляється можливим у форматі даної публікації. Окреслене питання вимагає подальшого дослідження в силу багатоаспектності самого життя й суперечливості розвитку т.зв. інформаційного суспільства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Lobbying definition by Encyclopaedia Britannica. — [Electronic resource]. — Access link: <http://www.britannica.com/EBchecked/topic/345407/lobbying>
2. Куме К. Лоббизм и его регулирование: советы британского эксперта // Бизнес и политика. — 1994. — № 1. — С. 34.
3. Прес-реліз Всесвітньої організації охорони здоров'я, доповідь Комісії з права інтелектуальної власності: Final Report: Integrating Intellectual Property Rights and Development Policy (London, 2002). — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.iprcommission.org/>
4. Лессиг Л. Свободная культура / Лоуренс Лессиг (Lawrence Lessig. FREE CULTURE ©creative commons) // Перевод с англ. О. Данилова под ред. В. Ильина. — М.: Прагматика Культуры, 2007. — 272 с.
5. Drahos P., Braithwaite J. Information Feudalism: Who Owns the Knowledge Economy? / Peter Drahos, John Braithwaite // New York: The New Press, 2003. — 37 p.
6. I I P I: Patent Protection and Access to HIV/AIDS Pharmaceuticals in Sub-Saharan Africa / доклад для Всемирной организации по проблемам интеллектуальной собственности // Международный институт интеллектуальной собственности, Вашингтон, округ Колумбия, 1999 г.

7. Sabin Russell, «New Crusade to Lower AIDS Drug Costs: Africa's Needs at Odds with Firms' Profit Motive» // San Francisco Chronicle, 24.05.1999, A1.

8. Стовпеч О. В. Деякі філософсько-правові протиріччя в сучасному процесі розвитку «копірайта» // Збірник наукових праць за матеріалами П'ятої Всеукраїнської науково-практичної конференції з міжнародною участю «Сучасні соціально-гуманітарні дискурси», Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара, 21 березня 2015 р., м. Дніпропетровськ. — Д.: ТОВ «Інновація», 2015. — Ч. 1. — 208 с. — [Секція «Філософія та релігієзнавство»]. — С. 147-150.

Тимохов Олександр Володимирович – кандидат філософських наук, викладач кафедри графіки та дизайну Державного закладу «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського»

УДК: 1.316.3+159.955+316.61

ПАНОРАМНІСТЬ ЯК ОСОБЛИВИЙ ФЕНОМЕН В СИСТЕМІ КЛАСИФІКАЦІЇ ВИДІВ МИСЛЕННЯ

Стаття присвячена дослідженню феномену «панорамне мислення» в контексті його взаємодії з загальною класифікацією видів мислення та її окремими елементами.

Ключові слова: мислення, панорамне мислення, види мислення.

ПАНОРАМНОСТЬ КАК ОСОБЕННЫЙ ФЕНОМЕН В СИСТЕМЕ КЛАССИФИКАЦИИ ВИДОВ МЫШЛЕНИЯ

Статья посвящена исследованию феномена «панорамное мышление» в контексте его взаимодействия с общей классификацией видов мышления его отдельными элементами

Ключевые слова: мышление, панорамное мышление, виды мышления.

PANORAMIC LIKE A SPECIAL PHENOMENON IN SYSTEM OF CLASSIFICATION TYPES OF THINKING KINDS

The article is devoted to research the phenomenon of “panoramic thinking” in the context of its co-operation with general classification with its separate elements

Keywords: thinking, panoramic thinking, types of thinking.

При науковому визначенні феномену «Панорамне мислення» можна відразу зазначити два взаємопротилежні аспекти.

З одного боку, в науковій літературі цей термін не новий, і де-не-де зустрічається в різних системах типології мислення як такого.

З іншого боку, рівень дослідження саме цього окремого феномену настільки низький, що можна сміливо вважати його «новим» та таким, що потребує детального та ґрунтового дослідження.

Особливої новизни ця проблема набуває у соціально-філософському вимірі, проте навіть визначення місця «Панорамного мислення» в загальній типології та його взаємозв'язків з іншими елементами мислення, особистої та суспільної свідомості є доволі актуальним.

Тому скористаємось методом системного аналізу і почнемо дослідження з базових системних положень.

В науковому дискурсі склалася певна традиція щодо визначення людського виду.

Згідно до цієї традиції, основною відмінністю між «Homo sapiens» та іншими видами є наявність свідомості, що загалом вірно, проте вносить певний дисонанс в тлумаченні цього