

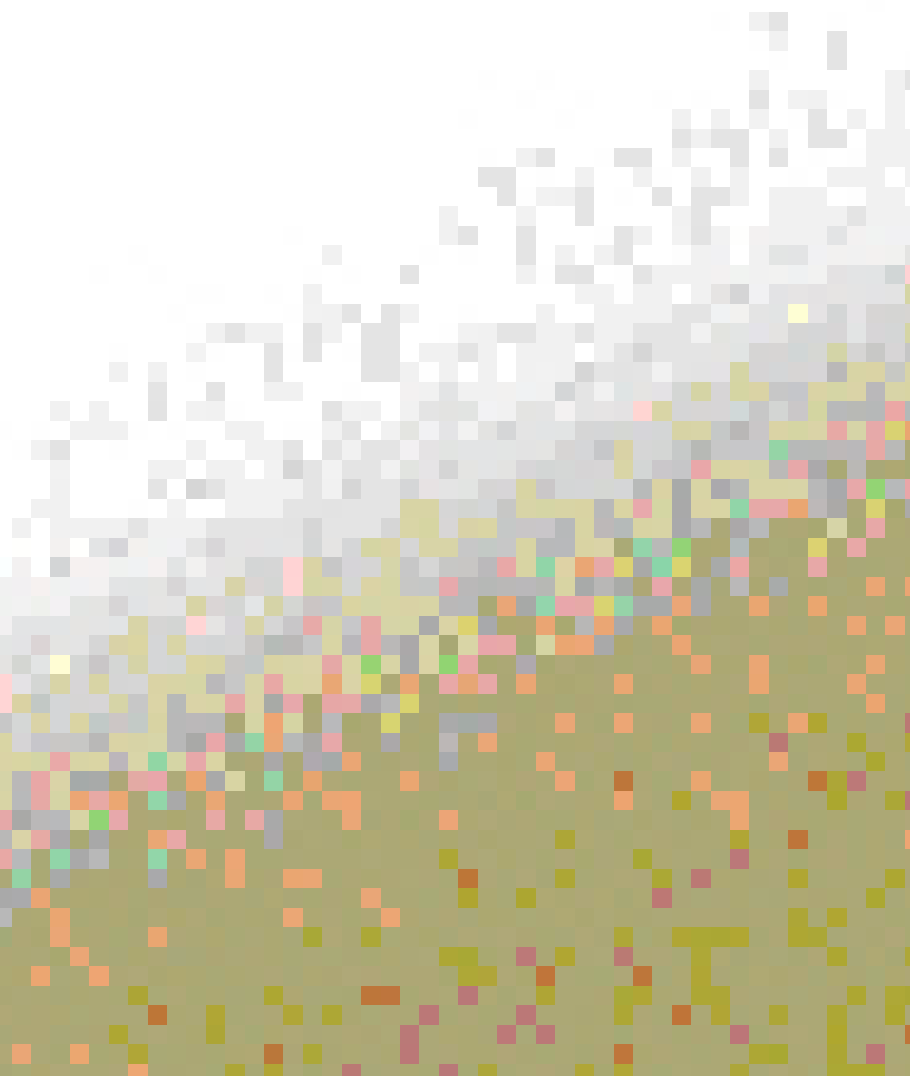
DEMOKRATIYA

məqalələri

9

*Maraq
qruplarının
rolü*

R. Hallen Hays



DEMOKRATIYA

məqalələri

«Maraq qrupu eyni məqsədi paylaşan və dövlətin siyasətinə təsir göstərməyə çalışan fərdlərdən ibarət təşkilatlanmış bir orqandır».

Cefri Perri,

Maraq Qrupu Cəmiyyəti

İcraçı redaktor: Corc Klak / **Redaktor:** Melvin Urofski
Baş redaktor: Pol Malamud / **Bədii tərtibatçı:** Tadeuş Miksinski

«İnam» Plüralizm Mərkəzində tərcümə olunub. www.inamcjp.org
Tərcüməçi: Cahan Əliyeva / **Redaktor:** Vahid Qazi / **Korrektor:** Kəmalə Cəfərova

MÜƏLLİF HAQQINDA:

R. Allen Hays İctimai Siyasət üzrə Məzun Programının direktoru və Şimali Ayova Universitetinin politologiya professorudur. Onun «The Federal Government and Urban Housing» kitabı mənzil siyasətinin tarixi ilə bağlı ən çox istifadə olunan mənbədir. Sosial siyasətdə maraq qrupları prosesini əhatə etmək üçün son vaxtlar Allen Hays öz araşdırmalarını genişləndirib. Onun 2001-ci ildə çapdan çıxmış «Who Speaks for the Poor?» kitabı maraq qruplarının Amerika sosial siyasətinin üç – mənzil, ərzaq və pul yardımı sahəsindəki fəaliyyətinə həsr olunub. Şimali Ayova Universitetində müəllimlik fəaliyyətindən əvvəl Hays yerli dövlət mənzil administratoru kimi çalışıb.

Maraq qrupları Birləşmiş Ştatlarda vətəndaşların öz ideyalarını, ehtiyac və fikirlərini seçilmiş dövlət məmurlarına çatdırmaq üçün istifadə etdikləri ən vacib mexanizmlərdən biridir. Hansı sahədə ixtisaslaşmalarından asılı olmayaraq, vətəndaşlar həmişə onların qayğılarına diqqət yetirən bir maraq qrupu tapa bilirlər. Amerika Könüllülər Assosiasiyasının məlumat kitabçasında insanların bir yerə toplaşmalarını zəruri edən ən müxtəlif səbəblər açıqlanır. «*Qale Research*» şirkətinin nəşr etdiyi «Assosiasiyalar ensiklopediyası» bu sahədə ən zəngin siyahı hesab olunur. Siyasi cəhətdən fəal olmasalar da, bu qrupların böyük əksəriyyəti dövlətin siyasətinə təsir göstərməyə çalışır.

Amerika siyasətinin həm rəsmi strukturu və həm də qeyri-rəsmi ənənələri maraq qruplarına münbit şərait yaradır. Maraq qruplarının Amerika siyasi sistemində təsirini gücləndirən amillərdən biri də Birləşmiş Ştatlarda siyasi partiyaların nisbi zəifliyidir ki, bu da müəyyən mənada səlahiyyətlərin icra və qanunverici qanadlar arasında bölüşdürülməsindən qaynaqlanır.

Böyük Britaniya kimi baş nazir vəzifəsinin parlamentdəki çoxluqdan asılı olduğu parlamentar sistemdə partiyalar qanunvericilər və deməli, dövlət siyasətinin müəyyənləşdirilməsi üzərində böyük nəzarətə malikdirlər. Birləşmiş Ştatlarda isə bunun əksinə olaraq prezident və Konqres seçkiləri, hətta onların hər ikisi eyni vaxtda keçiriləndə belə, siyasi baxımdan ayrı-ayrı hadisələrdir. Hər bir Konqres üzvü öz ştatı, yaxud seçki dairəsində qalib gələ bilmək üçün müvafiq koalisiya yaratmalıdır; bu cür koalisiyaların təbiəti isə prezidentliyə namizədin uğur qazanmaq üçün təşkil etdiyi çoxluq koalisiyasından tamamilə fərqlidir. Bunu belə bir fakt da açıq-aşkar sübut edir ki, II Dünya müharibəsindən sonrakı dövrün əksər hissəsində Konqresə və prezident idarəsinə ayrı-ayrı partiyalar nəzarət edib. Nəticə etibarilə istər demokratlar, istərsə də respublikaçılar öz partiyalarından olan prezidentin mövqelərini və yaxud öz partiyalarının seçki platformasını ardıcıl şəkildə dəstəkləməyə məcbur deyillər. Zəif partiya loyallığı həm hər iki seçki dövründə, yəni maliyyə dəstəyi həlledici rol oynayanda, həm

də seçkilərdən sonra, qalib namizədi dəstəkləyən qruplar siyasi kursun formalaşdırılmasında yaxından iştirak etməyə başlayanda maraq qrupunun təsirinin güclənməsinə səbəb olur.

Maraq qruplarını cəsarətləndirən bu sistemin ikinci səciyyəvi xüsusiyyəti siyasi hakimiyyətin ştatlara və yerli orqanlara desentralizasiyasıdır ki, bu da federal sistem, yaxud «federalizm» kimi tanınır. Vətəndaş birlikləri əsasən yerli və ştat səviyyəsində fəaliyyətə başlayır və sonra bir-biriylə birləşərək milli təşkilatlara çevrilirlər. Beləliklə, desentralizasiya ən müxtəlif maraq qruplarının yaranmasına rəvac verir. Bu, həm də partiya sisteminin daha da zəifləməsinə səbəb olur, çünki əlli ştatın sosial-iqtisadi rəngarəngliyi ciddi partiya intizamı yaradılmasını çətinləşdirir.

Bundan əlavə, Amerikada məhkəmə sisteminin güclü və müstəqil olması da maraq qruplarının gücünü artırır. ABŞ məhkəmələri tez-tez elə məsələlər barədə qaydalar müəyyən edir ki, digər demokratik quruluşlarda həmin məsələlər qanunverici orqanların, yaxud da bürokratiyanın nəzarəti altındadır. Beləliklə, maraq qrupları qanunvericilik fəaliyyəti vasitəsilə əldə edə bilmədikləri siyasi məqsədlərinə nail olmaq üçün məhkəmə proseslərindən istifadə edə bilirlər. Məsələn, 1950-ci illərin əvvəllərində, Rəngli Əhəlinin Tərəqqisi Naminə Milli Cəmiyyətin məhkəmədə qazandığı uğurlar cənubluların əsas vəzifələrdə üstünlük təşkil etdiyi Konqresin bir neçə il əvvəl həyata keçirmək istədiyi amerikan irqi seqreqasiya siyasətində ilk çatların yaranmasına səbəb oldu.

Nəhayət, Amerikanın faktiki olaraq qeyri-məhdud söz, mətbuat və sərbəst toplaşmaq azadlığı ənənəsi, maraq qruplarının ifadə etdiyi istənilən və ən radikal fikirlərin ictimaiyyətə çatdırılmasına icazə verir. Doğrudur, II Dünya müharibəsindən sonra mətbuatın getdikcə daha da mərkəzləşməsi ifrat baxışlara malik maraq qruplarının öz fikirlərini geniş yaymalarını çətinləşdirmişdir. Lakin mərkəzləşmə meylinin yaratdığı əngəllər maraq qruplarına İnternetdə verilən açıq imkanlar sayəsində qismən aradan qaldırılmışdır.

Bütövlükdə isə sosial problemləri işıqlandırmaq və dövlət siyasətinə dair mövqeləri açıqlamaq üçün bir çox imkanlar təklif edən amerikan söz və mətbuat azadlığı ənənələri də maraq qruplarının yaranmasına təkan verir.

Maraq qrupları dünyası

1970-ci ilə qədərki maraq qruplarına dair Amerikada çıxan tipik məlumat kitabçaları əsasən bu qrupların üç kateqoriyasından bəhs edirdi: biznes, həmkarlar və kənd təsərrüfatı. O vaxtdan bəri maraq qrupları aləmi xeyli zənginləşmişdir. Birləşmiş Ştatlarda fermerlərin sayının azalması ilə kənd təsərrüfatı üzrə qruplar öz təsirini itirmişdir, bunun əvəzində yuxarıda adı çəkilən kateqoriyaların heç birinə uyğun gəlməyən çox sayda yeni qurumlar meydana gəlmişdir.

Biznes

Əksər ekspertlər bu fikirdədir ki, biznes Amerika siyasətində aparıcı rol oynayır. İri şirkətlər ABŞ iqtisadiyyatının ən mühüm oyunçuları adını daşıyır. Seçilmiş rəsmilər dövlətin iqtisadi uğurları üçün cavabdeh olduqlarına görə adətən antibiznes siyasətinin bu uğura ziyan vuracağından ehtiyatlanırlar.

Amma biznesin özü də təsir rıçaqlarından birbaşa istifadə edir. İri, multmilli korporasiyalar siyasi məqsədlərini gerçəkləşdirmək üçün geniş resurslara malikdirlər. Onlar adətən bütün sənaye sahəsinin baxışlarını siyasi prosesa daşıyan çoxsaylı ticarət birliklərinə üzv olurlar. Korporasiyalar, həmçinin, bütün biznes icmasının adından danışan Milli Sahibkarlar Assosiasiyası və ABŞ Ticarət Palatası kimi «çətir» qruplarını da dəstəkləyirlər. Nəhayət, fərdi şirkətlər qanunvericilərə lobbicilik edir və seçki kampaniyasında dəstəklədikləri namizədlərə milyonlarla dollar vəsait xərcləyirlər.

Həmkarlar ittifaqları

Həmkarlar ittifaqları 20-ci yüzilliyin əvvəllərində ləng inkişaf etsə də, 1930-cu illərdə Amerikanın siyasi sistemində mühüm yer tutdu. Milli Əmək Münasibətləri Aktı kollektiv müqavilələri müdafiə edərək bu ittifaqların sürətli inkişafına şərait yaratdı.

Onlar 50-ci illərdə ölkədəki işçi qüvvəsinin 35 faizini əhatə etməklə üzv sayına görə ən yüksək zirvəyə nail oldular. Lakin 60-cı illərdə həmkarlar ittifaqları üzvlərinin sayı tədricən azalaraq işçi əhalinin təxminən 15 faizinə bərabər oldu və onların iqtisadi gücü ilə bərabər birliklərin siyasi gücü də zəiflədi. İttifaq üzvlərinin sayının azalma səbəblərini ətraflı şəkildə incələmək burada çox çətin olsa da, bu, əsasən global iqtisadiyyatın dəyişən təbiəti və Birləşmiş Ştatların istehsal iqtisadiyyatından daha çox xidmət yönümlü iqtisadiyyata keçməsi ilə bağlı olmuşdur. Bununla belə, həmkarlar ittifaqları bu gün də öz fəaliyyətlərini seçki və digər məsələlərə yönəldərkən əhəmiyyətli təsir gücünə malikdirlər.

Peşə assosiasiyaları

Maraq qruplarının digər vacib bir növü peşə assosiasiyalarıdır. Amerika Tibb Assosiasiyası və Amerika Vəkil-lər Assosiasiyası kimi qruplar diqqət-lərini öz kollektiv maraqları, dəyərləri və peşə statusları üzərində cəmləşdiriblər. İctimai sektordakı peşə sahiblə-ri nisbətən az gücə malik olsalar da, çox yaxşı təşkilatlanıblar. Faktiki olaraq ştat və yerli hökumət daxilində hər bir peşənin öz milli təşkilatı var. Məsələn, mənzil siyasəti ilə məşğul olan qruplar sırasına Mənzil və Yenidən İnkişaf Məmurlarının Milli Assosi-asiyası, Dövlət Mənzil Agentliklərinin Milli Şurası və Geniş İctimai Mənzil İdarələri Şurası daxildir. Ştat və fede-ral qanunlar bu cür qruplara partiya fəaliyyəti ilə məşğul olmağı qadağan edib. Lakin onlar öz proqramlarına mənfi təsir göstərən məsələləri Konq-res qarşısında qaldırır və öz üzvlərini yaşadıqları ştat və ərazilərdən olan təmsilçilərlə danışıqlara hazırlayırlar. İctimai proqramların azgəzirlili müştəri-ləri nadir hallarda milli səviyyədə təsiredici qüvvəyə malik maraq qrup-ları şəklində təşkilatlana bilsələr də, xidmət təchizatçılığı ilə məşğul olan bu cür assosiasiyalar Amerika siyasə-tində kasıbların ən mühüm rəportu hesab olunur.

Hökumətdaxili qruplar

Bu kateqoriya ştat və yerli höku-mət birliklərini təmsil edən maraq qruplarından ibarətdir və öz maraqla-rına milli səviyyədə lobbicilik edirlər. Bu qruplar hakimiyyətin milli, ştat və yerli hökumətlər arasında bölüşdürül-düyü ABŞ federal sistemində heç bir rəsmi rol oynamasalar da, digər maraq qrupları kimi fəaliyyət göstərir, yəni onlar da üzvlərinin fikirlərini Konqresə və administrasi-yaya çatdırır, mövqelərini mətbuata çıxarırlar. Məsələn, Milli Qubernatorlar Assosiasiyası və Ştat Qanunve-ricilərinin Milli Konfransı dövlət rəsmilərini təmsil edən qruplardır. Ştat qubernatorları federal hökumətin verdiyi mandata əsasən sosial rifah proqramlarını gerçəkləşdirmək üçün birbaşa administrativ və siyasi məsuliyyət sahibi olduqlarından Milli Qubernatorlar Assosiasiyası müəyyən mənada sosial rifah sahəsinə dair qanunların hazırlanmasında Konqres üzvlərinə yardım göstərilməsində güclü təsirə malikdir. Qraflıqların ümumi institusional maraqlarını Milli Qraflıqlar Assosiasiyası, şəhərlərdə olan qraflıqlarınkini isə Milli Şəhərlər Liqası və Birləşmiş Ştatların Merlər Liqası təmsil edir.



İctimai maraq qrup-ları

1970-ci ildən başlayaraq sürətli yük-səliş nümayiş etdirən maraq qrupu tipi «ictimai maraq qrupu»dur. Politoloq Cefri Berri ictimai maraq qrupunu öz üzvlərinin maddi xeyrinə çalışan deyil, bütünlükdə cəmiyyətə aid-diyyəti olan dəyərləri əks etdirən qrup kimi xarakterizə edir.

İlk ictimai maraq qrupları 1960-ci illərdə başlayan vətəndaş hüquqları, qadın hüquqları və ətraf mühiti müha-fizə uğrunda hərəkatlardan törəyib.

Bu hərəkatların müdafiəçiləri müəy-yən vaxtdan sonra öz fikirlərini küçə etirazları formasında ifadə etməkdən əl çəkərək siyasi sistem daxilində mü-təşəkkil fəaliyyətə baş vuran inkişaf yolu keçiblər. Daha sonralar ictimai maraq qrupları əlillərin hüquqları, uşaqların təhqir və ailə zorakılıqların-dan müdafiəsi, seksual azlıqların hüquqlarının müdafiəsi kimi yeni problemlər ətrafında təşkilatlanıblar. Bu qruplar eyni zamanda kasıblara yardım proqramlarının əsas müdafi-əçiləri olmuşlar. Bu tip aparıcı qrupla-ra Azəminatlıların Milli Mənzil Koali-siyası, Uşaqları Müdafiə Fondu və İctimai Vətəndaşlar (istehlakçıların hüquqları uğrunda müdafiə fəali Ralf Neyderin rəhbərlik etdiyi qrup) kimi qruplar daxildir.

İctimai maraq qrupları adətən biznes qruplarının malik olduqları maliyyə ehtiyatlarından məhrumdur-lar. Onların uğrunda mübarizə apar-dıqları məsələlər cəmiyyətin böyük dəstəyini qazansa da, bu qrupların çox cüzi bir hissəsi kütləvi üzlüyə malikdir. Bunun bir səbəbi ondadır ki, bu tip qrupların məqsədlərinin qey-ri-mad-d i təbiəti bir növ «ha -

«ha -

növ
vayı

mühafizəkarlar, əsasən də 1960-70-ci illərin ictimai siyasətində hiss olunan liberal irəliləyişə cavab olaraq öz qruplarını yaradıblar. İctimai maraq qruplarının bu kateqoriyasından olan aparıcı qruplara Milli Vergidəyiciləri Birliyi və «Amerika üçün Narahat Qadınlar» təşkilatları daxildir. Mühafizəkar Düşüncə İrs Fondu kimi təşkilatların da maraq qrupu kimi fəaliyyət göstərə biləcəyini qəbul edir, çünki onların araşdırmaları mühafizəkar dünyagörüşü dəstəkləmək tendensiyasını daşıyır. Eyni sözləri, yəqin ki, liberal yönü Şəhərləşmə

İnstitutu haqqında da söyləmək olar.

Bu daxili ictimai maraq qrupları 80-ci illərdən etibarən beynəlxalq səhnəyə çıxan qeyri-hökumət təşkilatlarına (QHT) bənzədilir. Əslində, bəzi Amerika qrupları beynəlxalq QHT-lərlə yaxından bağlıdır. Hər iki halda dəstək tez bir zamanda iqtisadi fayda götürməkdən daha çox ümumi ictimai problemlərə maraq göstərən vətəndaşlardan gəlir.

Maraq qruplarının effektivliyinin məhdudluqları

Bu qısa icmaldan da göründüyü kimi, Amerikanın siyasi səhnəsində çoxsaylı, rəngarəng maraq qrupları mövcuddur. Çoxsaylı tədqiqatlar göstərir ki, öz üzvlərinin fikirlərini ictimaiyyətə çatdırmağın effektivliyi baxımından bu qruplar bir-birindən əhəmiyyətli dərəcədə fərqlənir. Bu fərqliliyin başlıca səbəbi hər bir qrupun üzvlük, mütəşəkkillik/intensivlik, pul və informasiya kimi öz əsas siyasi resurslarından necə istifadə edə bilməsiylə bağlıdır.

Üzvlərin sayı və mütəşəkkilliyi

Əhali arasında böyük dəstək bazasına malik maraq qrupunun daha çox təsir gücünün olması fikrini qəbul etmək məntiqli görünə bilər. Seçilmiş məmurlar rəy sorğularında böyük əksəriyyət tərəfindən müdafiə olunan kurs uğrunda mübarizə aparırlar, çünki onlar bu mövqeləri müdafiə edən çoxlu sayda potensial seçicini öz qalib koalisiyalarına əlavə etmək istəyirlər. Lakin bəzi amillər bu mənzərəni qəlizləşdirir.



Bu bir həqiqətdir ki, milyonlarla vətəndaş maraq qruplarının üzvüdür və onlardan bəzisi, məsələn, ətraf mühiti mühafizə tərəfdarı «Sierra Club» və həmkarlar ittifaqı AFL/CIO kimi təşkilatlar kifayət qədər böyükdürlər. Lakin diqqətlə nəzər saldıqda görünür ki, əksər çoxüzvlü qruplar potensial müdafiəçilərinin yalnız az hissəsini öz siyahılarına daxil edirlər. Məsələn, rəy sorğuları göstərir ki, amerikalıların böyük əksəriyyəti ətraf mühitin mühafizəsiylə bağlı sərt qanunlar çıxarılmasının tərəfdarıdır. Onlar ətraf mühiti mühafizə qruplarının milyonlarla potensial üzvünü təşkil edirlər. Lakin ən böyük ətraf mühiti mühafizə qrupu üzvlərinin sayı bir milyondan çox deyil. Üzv sayının bu nisbi azlığı belə bir ümumi prinsiplə bağlıdır ki, maraq qruplarına qoşulan vətəndaşların sayı Birləşmiş Ştatlar əhalisinin az bir hissəsini təşkil edir.

Son dövrlərin iqtisadçısı Mankur Olson bu təzahürün ən ağlabatan izahını verib. Olsonun fikrincə, maraq qrupu vasitəsilə nail olunan siyasi məqsəd iqtisadi baxımdan «ictimai əmtəə»dir. Yəni qrupun uğuru sayəsində qazanılan mənfəətlərdən, bu qrupa üzv olub-olmamasından asılı olmayaraq, onun mövqeyi ilə razılaşan hər kəs bəhrələnir. Beləliklə, əgər balinalar nəslini kəsilməkdən xilas edilirsə, hətta balinaların xilası ilə məşğul olan maraq qrupuna heç bir üzvlük haqqı ödəməyən insan belə bu heyvanların mövcudluğundan həzz ala bilər. Əlbəttə, bu da bir həqiqətdir ki, heç bir yardım olmadan maraq qrupu da mövcud ola bilməz, baxmayaraq ki, böyük qruplarda hər bir yeni üzvün marginal yardım payı çox kiçik bir məbləğdən ibarətdir. Buna görə də minlərlə tərəfdar qrupa qoşulduğu halda digərləri ona qoşulmayacaq və ya tam şəkildə maddi yardım göstərməyəcək; onlar «havayı istifadəçi»lərə çevriləcək, yəni digərlərinin fəal iştirakı və maliyyə dəstəyi qazanılan mənfəətlərdən yararlanacaq.

Çoxsaylı üzvləri olan qrupun üzvləşdiyi digər ciddi problem qrupa tərəfdar olan vətəndaşların dəstəyini qrupun məqsədlərini dəstəkləyən namizədin səsinə çevirməklə bağlıdır. Səsvermə namizədin şəxsiyyəti, partiyaya sədaqəti və bir sıra digər məsələlər

lə bağlı çoxşaxəli motivasiyaları və təsirləri özündə cəmləşdirən mürəkkəbtərkibli bir aktdır. Səsvermə tədqiqatları göstərir ki, bir çox seçicilər dəstəklədikləri namizədlərin siyasi mövqeləri haqqında tam təsəvvürə malik deyillər. Bunun da nəticəsi olaraq öz tərəfdarlarının səsvermə seçimlərinin bilavasitə qaldırdığı məsələlərə əsaslandığını nümayiş etdirmək qrup üçün çox vaxt çətin olur. Namizədləri öz səsvermə güclərinə inandıra bilən qruplardan çəkinir və onlara hörmət edirlər. Məsələn, silahlara nəzarət qanununa qarşı olan Milli Tüfəng Assosiasiyası (MTS) qanunvericiləri inandırmışdı ki, onun üzvləri, sadəcə olaraq, bu qrupun qaldırdığı məsələ əsasında onların lehinə və ya əleyhinə səs verəcək. Bundan əlavə, MTS əksər amerikalıların silahlara nəzarətlə bağlı sərt qanunlar çıxarılmasına tərəfdar olmasına baxmayaraq, öz üzvlərinin say nisbətindən də artıq geniş təsir gücünə malikdir.

Kütləvi üzvlüklə bağlı səfərbərlik işinin çətinlikləri nəzərə alınarsa, intensiv və mütəşəkkil kiçik qrupların çox vaxt öz üzv saylarının imkan verə biləcəyindən də artıq təsir gücü nümayiş etdirmələri təəccüblü görünməməlidir. Qrup nə qədər kiçik olursa, hər bir üzvün verdiyi maliyyə dəstəyi bir o qədər böyük olur, bu isə «havayı istifadəçi»lərin sayını azaldır. İkincisi, İnternet meydana çıxanaqədər üzvlər arasında əlaqə yaratmaq kiçik qrup daxilində daha asan idi, bu isə, öz növbəsində, səfərbərliyi daha da asanlaşdırırdı. Əgər bu kiçikliyin üstünlüklərindən qrup üzvlərinin siyasətdə böyük mənfəətlər əldə etməsi üçün istifadə edilərsə, onda kiçik qruplar da çox qüdrətli qruplara çevrilə bilər.

Pul

Siyasi kampaniyalara sərf edilən xərclər çoxaldığından son illər Amerika siyasətində pulun əhəmiyyəti xeyli artıb. Siyasi kampaniyalara maliyyə yardımını məhdudlaşdıran mövcud qanunlarda boşluqlar var və hər iki partiyadan seçilmiş rəsmilər hazırkı sistemdə öz rəqiblərinə fayda gətirə biləcək dəyişiklikləri həvəssiz dəstəkləyirlər. Milli səviyyəli seçkilərdə çox böyük təsir gücünə malik maraq qrupları namizədlərə könüllü olaraq

miyonlarla dollar həcmində maliyyə dəstəyi göstərir.

Bundan əlavə, seçkilərarası müddətdə Vaşinqtonda oturmağın özü xeyli maliyyə ehtiyatı tələb edir. Bu səbəbdən qrupun öz üzvləri ilə əlaqə saxlayan və onlara lazımi xidmətlər göstərən işçi heyətindən başqa onun maraqlarına toxunan qanunlara təsir göstərmək üçün əlavə peşəkar heyətə də ehtiyacı var. Vaşinqtonda etibarlı dayaq olmayan qruplar qanunvericilik prosesinə səhnəarxası təsir göstərmə bilmirlər, bu isə maraq qrupunun başlıca uğur göstəricisi hesab olunur.

Pul həm də üzlük və mütəşəkkillik amilləri ilə qarşılıqlı əlaqədədir. «Havayı istifadəçi» problemini dəf etmək üçün qruplar öz sıralarına «siyasətçilik sahibkarlarını», yəni uğurlu qrup təşkil etməyə görə məntiqi olaraq maddi, peşəkar və ya ideoloji mükafat istəyən adamları cəlb etməlidirlər. Buna görə də vəd edilən təşkilati bazanı təmin edə bilmək üçün potensial qrup əlavə resurslara malik olmalıdır. Əlavə resurslar yaratmaq ehtiyacı gəlir səviyyəsini müəyyən edir. Bu səviyyədən aşağıda potensial qrupun təşkili, demək olar ki, mümkün deyil. Elə bu səbəbdən də kasıbları çox az qruplar təmsil edir.

Həmin səviyyədən yuxarıda olduqda isə, bu resursların rolu daha da mürəkkəbləşir. Nəzəri cəhətdən belə düşünmək olar ki, hər bir üzvü 5 dollar həcmində üzlük haqqı ödəyən 1 milyonluq qrupla hər bir üzvü 500 dollar ödəyən 10 minlik qrup eyni həcmdə (5 milyon dollar) vəsait toplaya bilər. Ancaq «havayı istifadəçi» problemi, eləcə də çoxsaylı üzvlərin kommunikasiya xərclərinin xeyli böyük olduğu nəzərə alınanda böyük qrupların bu mənada əlverişsizliyi aydın üzə çıxır.

Böyük qrupun ehtiyat toplanmasına mənfi təsir göstərən amillərdən biri də qrup üzvlərinin fərdi vətəndaşlardan, yoxsa təşkilatlardan ibarət olması məsələsidir. Qüdrətli maraq qruplarının əksəriyyəti əslində təşkilatların təşkilatlarıdır. Buraya ticarət assosiasiyaları, peşə birlikləri, ictimai və gəlir güdməyən xidmət təchizatçıları təmsil edən qruplar daxildir. Başqa təşkilatlardan təşkil olunmuş qrupun səfərbərlik imkanları xeyli azdır. Çünki o hələ də istər-istəməz ona üzv olan minlərlə insanı təmsil etmək iddi-

asında ola bilər. Bundan əlavə, onun üzvləri bu qrupu saxlamaq üçün fərdi maliyyə resurslarından daha çox təşkilati resurslardan istifadə edə bilər.

İnformasiya

Etibarlı üzlük sayı və maliyyə vəsaitindən sonra maraq qrupunun malik ola biləcəyi ən güclü resurs informasiyadır. İnformasiya bir neçə yolla mübadilə edilir. Birincisi, informasiya maraq qruplarından qərar çıxaranlara ötürülür. Qruplar çox vaxt qanunvericilərin malik olmadığı texniki biliklərə sahib olurlar və məşğul olduqları məsələlər barədə qanunvericiləri məlumatlandırmağa can atırlar. Bu bir həqiqətdir ki, onların verdiyi informasiya adətən qrupun maraqlarını gücləndirən məqsədli informasiyalar olur. Bundan yaxşı xəbərdar olsalar da, qanunvericilərin çoxu hələ də bu informasiyaları gərəkli hesab edir. Vaşinqton davamlı oturmaq böyük üstünlükdür. Qərar qəbulu sesinin ən vacib faktorları arasında qanunvericilərin informasiya ilə təminatı imkan ibarətdir.

İkincisi, informasiya qanunvericiləri və icraedici qanadlardan maraq qruplarıdır. Maraq qruplarının əməkdaşları qanunvericilik məqsədlərini daim izləyir və beləliklə də qanunvericilik prosesinə təsir etməyin ən münasib məqamından xəbərdar olurlar.

Konqres nümayəndələri ilə qeyri-rəsmi əlaqələri onlar üçün dinləmələrdə şahidlik etməyə və bununla da həlledici səsvermə yaxınlaşanda öz üzvlərini səfərbər etməyə imkan yaradır. Bu proses vasitəsilə onlar hansı siyasi xadimlərin daha populyar olduğunu və hansı strategiyaların onların tərəfdarlarını təmin edəcəyini öyrənirlər. Fərsət düşən kimi onlar Konqresdəki qanun layihəsinə öz maraqlarına uyğun dəyişikliklər edilməsinə nail ola bilirlər.

Nəhayət, maraq qrupları öz üzvləri və digər vətəndaşlarla da informasiya mübadiləsi aparırlar. Onlar hər hansı bir problemi dramatikləşdirən tədqiqatlar apara və yaxud tədqiqat komissiyaları təşkil edə bilirlər. Əgər mətbuatın da diqqətini məsələyə yönəldə bilirlərsə, onda qanunvericilər cavab vermək məcburiyyətində qalırlar. Qruplar həm də öz üzvlərindən informasiyalar alır və onları qarşıdakı qərarlar haqqında məlumatlandırırlar. Əksər qanunların qəbulu zamanı fərdi vətəndaşların yalnız kiçik bir hissəsi öz qanunvericiləri ilə əlaqə yaradır. Buna görə də maraq qrupunun təşkil etdiyi 200 məktub az qala poçt «qasırgası» kimi görünə bilər.

Son beş il ərzində İnternetin sürətli inkişafı vətəndaşlarla çoxsaylı kommunikasiya xərclərini kəskin sürətdə azaldıb. Hazırda əksər maraq qruplarının İnternet sahifələri var, çoxları elektron poçtundan həm öz üzvləriylə əlaqə saxlamaq, həm də qərar qəbul edən siyasətçilərə onların fikirlərini

atdırmaq üçün istifadə edə bilərlər. Hərçənd bu tələmə qədər yeni qruplar hələ də əlaqəli sərəməli yollarını öyrənməyib; bu səbəbdən qruplarının ləvəcədə təsir arədə demək hələ

əlaqə verməmiş münəsi kimi Bill Klinton ba-

rəsində mənfi məlumatları dövrüyyəyə buraxmaq üçün mühafizəkarıyönlü İnternet sahifələrindən istifadə edilməsini göstərmək olar. Oradakı məlumatların bəziləri düzgün, bəziləri isə kobudcasına təhrif olunmuş, ya da uydurma idi. Görünür, bu, əksər amerikalıların hələ də inkar etməsinə baxmayaraq, Klintonun qarşıdakı impichmentinə təkanverici qüvvə oldu. Nə qədər ki, iri iqtisadi qurumlar İnternetə çıxış imkanına nəzarət və bununla da onun qiymətini artırmaq yolunu tapmayıblar, görünür, bu yeni media vasitəsi siyasi dialoqa demokratikləşdirici təsir göstərməkdə davam edəcəkdir. Bunun əksinə olaraq İnternet eyni zamanda vətəndaşların,

özlərini dünyada getdikcə daha da artırmaqda olan görüş rəngarəngliyindən təcrid edən kiçik, elektron bağlantılı qruplara parçalanması prosesini genişləndirə bilər.

Daha səmərəli maraq qruplarına doğru

Bu sadalanan səbəblərə görə kiçik, lakin daha mütəşəkkil və daha yaxşı maliyyələşdirilmiş qrupların üstünlüyü odur ki, çoxlu sayda vətəndaşı təmsil edən böyük qruplarla müqayisədə çox vaxt uğur qazanırlar. Çünki daha xüsusi maraqlar daha geniş ictimaiyyətə ünvanlanan ümumi maraqlar üzərində üstünlük təşkil edir. Lakin ictimai maraq qruplarının son illərdəki artımı bütövlükdə maraq qrupları sistemini amerikalılar arasında rəy müxtəlifliyinin daha səlahiyyətli təmsilçisiyə çevirib. Maraq qrupları çox vaxt güclü və yaxşı maliyyələşdirilmiş kimi görünən rəqiblər üzərində qələbə çalmağa qadirdirlər. Və seçilmiş məmurlar günün axırında anlayırlar ki, seçkini qazanmaq üçün pul lazımdır. Əksər hallarda çoxsaylı üzvləri olan qruplar öz üzvlərinin səslərini etibarlı şəkildə istədikləri səmtə yönəldə bilmirlər, amma ticarət birlikləri və fərdi korporasiyalar seçkilər zamanı televiziya reklam saatını almaq üçün namizədlərin ehtiyac duyduqları pulu etibarlı şəkildə onlara təqdim edirlər.

Maraq qruplarında çatışmayan vacib elementlərdən biri onlarda əsl siyasi təşkilatçılıq rüşeymlərinin olmamasıdır. Bu qruplar adətən kiçik işçi heyətlərindən ibarət olur və onlarla əlaqəsi yalnız vaxtaşırı verdiyi maliyyə yardımlarından ibarət olan minlərlə üzv tərəfindən dəstəklənilər. Bu struktur kütləvi siyasi təşkilatın əvvəlki formasından köklü surətdə fərqlənir; həmin forma daxilində milli hərəkətlər kiçik, bir-birinə yaxın yerli təşkilatların birləşməsindən yaranmışdı. Bəzi fəalları çıxmaq şərtilə maraq qruplarının müasir üzvləri nadir hallarda bir-biri ilə üz-üzə gəlir.



Son vaxtlar Amerika cəmiyyətinin müşahidəçiləri vətəndaşlar arasında ictimai əlaqələrin azalmasından xeyli narahat olduqlarını bildirirlər. Azalma həm qeyri-siyasi, həm də siyasi təşkilatlara aiddir. Bu təzahürün artmasında bir çox səbəblərə üstünlük verilir: televiziyanın təcridedicilik effektləri, iki yerdə işləməyə məcbur olan valideynlərin və təkvalideynli ailələrin artması (bu cür ailələrdə böyüklərin asudə vaxtları xeyli az olur) və vacib problemləri bir kənara qoyub bütün diqqətlərini şəxsiyyətlərə və qalmaqallara yönəldən mətbuat kampaniyalarının yaratdığı sinizm.

Bu azalmanın səbəblərindən asılı olmayaraq insanları yerli və bazis təşkilatlar vasitəsilə bir yerə toplaya bilən maraq qrupu siyasi cəhətdən daha güclü mövqedə dayanacaqdır. O öz üzvlərinin say tərkibini xeyli genişləndirə biləcəkdir, çünki yeni yaradılmış kommunikasiya kanallarının köməyi sayəsində buna daha ucuz xərclə nail olmaq mümkündür. Milli səviyyədə lobbicilik fəaliyyəti ilə məşğul olmaqla yanaşı, namizədlər və vəzifə sahibləri ilə birbaşa yerli əlaqələr yaratmaqla, inandırıcı şəkildə sübut edə bilər ki, üzvləri qrupun qaldırdığı problemlər əsasında səs verəcək. O zaman bu, passiv tərəfdarların maliyyələşdirdiyi kiçik cəmiyyət yox, həqiqi kütləvi bir hərəkət olacaqdır.

Ancaq belə bir qrupun yaradılması na mane olan əngəllər də çoxdur. Yerli təşkilatçılıq kampaniyalarının dəstəklənməsi üçün ilkin olaraq böyük pul axınına ehtiyac olacaq. Eyni zamanda, yerli məsələləri dövlət səviyyəli məsələlərdən ayıran Amerika tendensiyasının öhdəsindən də gəlmək lazımdır. Nəhayət, əksər vətəndaşların öz diqqətlərini qonşuları ilə baş-baş müzakirə edə biləcəkləri məsələlərə yönəldə bilmələri üçün, onları milli mətbuatda qaldırılan problemlərə daha çox diqqət yetirmək meyindən uzaqlaşdırmaq lazım gələcək.

Demokratik cəmiyyətin fərqli əlamətlərindən biri odur ki, o, vətəndaşlara alternativ siyasi resurslar yaratmağa və özəl iqtisadi qurumların və dövlət rəsmilərinin onların maraqlarını pozduqlarına əmin olanda bu resursları səfərbər edə bilmələrinə imkan verir. Bu mənada mütəşəkkil

maraq qrupları fundamental rol oynayır; onlar vətəndaşlara malik olduqları seçki, söz azadlığı, bir yerə toplaşmaq və məhkəmə prosesləri kimi resurslardan daha səmərəli istifadə etməkdə kömək edirlər. ■

Əlavə oxu üçün ədəbiyyat:

Frank R. Baumgartner and Beth Leech, Basic Interests: The Importance of Groups in Politics and Political Science (Princeton University Press, 1998)

Jeffrey Berry, Lobbying for the People: The Political Behavior of Public Interest Groups (Princeton University Press, 1997)

Allan J. Cigler and Burdett A. Loomis, Interest Group Politics (4th ed., Congressional Quarterly Press, 1995)

Michael T. Hayes, Lobbyists and Legislators: A Theory of Political Markets (Rutgers University Press, 1981)

R. Allen Hays, Who Speak For the Poor? National Interest Groups and Social Policy (Garland Press, 2001)

Charles Lindblom, Politics and Markets: The World's Political-Economic Systems (Basic Books, 1977)

Mancur Olson, The Logic of Collective Action: Public Goods and the Theory of Groups (Schocken Books, 1970)

Mark P. Petracca, ed. -The Politics of Interests (Westview Press, 1992)



DEMOKRATIYA

məqalələri



*ABŞ Dövlət Departamentinin Beynəlxalq
Informasiya Proqramları Şöbəsi*

<http://usinfo.state.gov>

*Produced by Regional Program Office, Vienna
(Democracy Paper no.9/Azeri)*