

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kurovaya-rabota/60551>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Политология

Оглавление

Введение 3

Глава 1. Сущность, история и содержание понятия «лоббизм» 6

Глава 2. Структура, методы и приёмы лоббистов 13

Глава 3. Политическая природа лоббистской деятельности 20

Заключение 24

Список использованных источников 26

Введение

Актуальность темы. Политический лоббизм представляет собой возможности воздействия общественных групп, объектов предпринимательства и хозяйствования (субъектов лоббизма) на органы власти, которые в данном случае являются объектами лоббистской деятельности с целью принятия ими решения, выгодного для субъекта лоббистской деятельности. В современных условиях в российском обществе распространены негативные представления о политическом лоббизме как о создании возможностей для коррупции и воздействию на власть криминальных структур, интересы которых противоречат развитию экономики государства. Между тем политический лоббизм способен предоставить возможность оказывать воздействие на особенности распределения ресурсов экономики, способствует преодолению важных государственных проблем. Его основное значение заключается в том, что он, оказывая влияние на решения органов власти, заставляет их работать эффективнее и результативнее. Таким образом, политический лоббизм призван выступать в качестве социально-экономического стимула с целью введения в экономику определённых интересов, являясь важным инструментом гражданского общества.

На сегодняшний день политический лоббизм во многих случаях наделяется негативным смыслом.

Различные представители органов власти считают его инструментом неправового давления на серьёзные государственные структуры. В отдельных случаях лоббизм блокирует важные управленческие решения в сфере экономических вопросов. В результате происходит нерациональное распределение финансов, что препятствует экономическому развитию как отдельных компаний и региональных структур, так и государства в целом.

Помимо этого, представители лоббизма до сих пор могут применять в своей деятельности такие преступные формы, как коррупцию, взяточничество и силовое давление, что делает его опасным как для государственной власти, так и для различных общественных структур. Также деятельность лоббистов в области экономики часто направлена на удовлетворение интересов так называемой элиты либо на удовлетворение интересов иностранных групп и компаний в ущерб потребностям российского гражданского общества.

В некоторых государствах (таких, как США и Канада) возможности осуществлять лоббистскую деятельность регулируются на законодательном уровне. В странах Европейского союза в настоящее время определяется законодательная база лоббизма. В ряде других стран лоббистская деятельность не имеет законодательных основ.

В России политический лоббизм существует на протяжении довольно длительного времени. Некоторые исследователи считают, что фактически он присутствует в Российском государстве ещё с девятнадцатого века. Наблюдаемые в государстве изменения позволяют выявить основные тенденции его развития в нашем государстве:

1. Постепенная плюрализация лоббизма.
2. Повышение регионального лоббирования.
3. Фаворитизм и упрочнение административной бюрократизации, связанные с отсутствием реальных правовых механизмов государственного развития.

В связи с этим в России возникают проблемы с возможностью лоббировать определённые интересы. Вот

почему тема данного исследования является актуальной и перспективной.

Объект исследования: политический лоббизм в России

Предмет исследования: практика лоббирования в России.

Цель исследования: анализ важнейших особенностей политического лоббизма в России.

Цель определила задачи исследования:

1. Определить сущность понятия «лоббизм», его историю и содержание.
2. Определить структуру, методы и приёмы политического лоббирования в России.
3. Выявить политическую природу лоббистской деятельности в России
4. Сделать выводы по результатам проведённого исследования.

Теоретической базой данного исследования послужили различные работы учёных в области политического лоббирования (М. Л. Альпидовской, В. М. Васильевой, П.С. Коневского, Е. В. Зверева, А. А. Сучковой, Е. В. Бердниковой, А. А. Байкова, Е. А. Дмитриевой, А. Р. Шохина, Р. Д. Коэн и др.).

Методической основой исследования стал анализ политической литературы, а также изучение нормативной документации по исследуемой проблеме, наблюдение, анализ политико-экономических процессов, институциональный метод, исторические методы, сравнительный метод.

Практическая значимость работы состоит в том, что в ходе её проведения были выявлены факторы формирования эффективного политического лоббирования в России.

Структура работы. Работа состоит из 3 глав, введения, заключения, списка использованных источников.

Глава 1. Сущность, история и содержание понятия «лоббизм»

Лоббизм представляет собой систему приёмов и практику реализации интересов различных представителей общества посредством влияния на органы государственной власти различного уровня. Под лоббированием следует понимать высококвалифицированную деятельность, которая имеет политический смысл и правовое обоснование и является интегральным элементом демократической системы.

Термин «лобби» имеет англоязычное происхождение, несмотря на то что в английском языке он появился из средневековой латыни. Ещё в 16 веке данный термин применялся для обозначения проходов или крытых галерей в монастырях .

Этимологически слово «лобби» происходит от латинского слова «lobia», что означает «интерьер». Спустя более ста лет термином «лобби» стало называться помещение для прогулок в палате общин Англии.

Переход типичного церковного слова в светско-парламентский обиход связан с тем, что во времена образования английского парламента в 13 веке его собрания проходили не регулярно, в различных помещениях и даже в разных городах .

В период Средневековья обычным делом были организация и проведение различных светских мероприятий и торжеств именно в помещениях церкви. Следует отметить, что и сегодняшнее расположение английского парламента называется Westminster, что в переводе означает «западная монастырская церковь» .

Своё политическое значение термин приобретает в конце 18 века в США. Первая поправка к Конституции Соединённых Штатов Америки, которая содержит в себе право граждан США «собираться в мирных целях и подавать правительству петиции для удовлетворения жалоб», явилась основой для развития явления посредством системы правовых норм. Так, в 1808 году термин «лобби» был впервые зафиксирован в протоколах Конгресса США десятого созыва .

Примерно с середины 19 века термин «лобби» и слова, производные от него, стали одними из наиболее популярных в американском политическом лексиконе. В этот период данный термин стал обозначать места, в которых заинтересованные лица могли донести свои позиции до членов Палаты сенаторов и представителей. Согласно действующим в то время правилам, им было запрещено входить в зал заседаний.

В связи с тем, что «просители» не имели возможности проследовать дальше приёмных и холлов, их стали именовать лоббистами. Как правило, местом их нахождения выступала прихожая нижнего этажа здания Капитолия штата Олбани. Именно здесь представители различных интересов общественных и коммерческих организаций и социальных слоёв получали возможности встречаться с политическими лидерами и оказывать влияние на представителей действующей в то время власти.

Однако имеются и другие версии относительно происхождения термина «лоббизм». Так в отдельных зарубежных и российских источниках популяризацию слова «лобби» связывают с вестибюлем гостиницы «Виллард» (Willard InterContinental Washington) в Вашингтоне. В данной гостинице часто останавливались парламентарии на рубеже 18-19 веков, которые приезжали на политические сессии. Именно в вестибюле этой

Список использованных источников

Учебники

1. Ачкасова, В.А. GR и лоббизм: теория и технологии. Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / В.А. Ачкасова. - М.: Юрайт, 2016. - 33 с.
2. Байков, А. А. и др., под ред. Завьяловой Е. Б. Основы экономической политологии; Моск. гос. ин-т междунар. отношений (ун-т) МИД России, каф. Экономической политики и государственно-частного партнерства, --М. : МГИМО-Университет, 2015. -- 412, [1] с. 181-257 -- (Учебники МГИМО).
3. Пшизова, С. Н. Лоббизм // Политология: Лексикон. Под ред. А.И.Соловьева / Под ред. А. И. Соловьев. — Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН) Москва, 2007. — С. 215-226.
4. GR и лоббизм. Теория и технологии. Учебник и практикум. - М.: Юрайт, 2015. - 316 с.

Монографии

5. Бинецкий, А.Э. Лоббизм в современном мире. М., 2013.
6. Harding, H.A. Fragile relationship: the United States and China since 1972.- Wash., 1992 - 364p.
7. Hrebernar, R.J. Interest group in America- Salt Lake City: Unif. Of Utah, 1997. - 84p.
8. Kohen, R. J. The Shina lobby in American politics. - N. I. , 1974/ - 279 p.
9. Munro, R. The coming conflict with China. - N. Y., 1997. - 124 p.

Статьи из периодических изданий

10. Бабынина, Л. О., Потемкина, О. Ю. ЛОББИЗМ И ЛЕГИТИМНОСТЬ В ЕВРОПЕЙСКОМ СОЮЗЕ // Современная Европа. — 2018. — № 2. — С. 141-151.
11. Вавочкина, И. Д. США 1980-х: неоконсерватизм и лоббизм // Новая и новейшая история. — 2015. — № 5. — С. 66-75.
12. Васецкий, А.А. Лоббизм в политическом процессе современной России // Управленческое консультирование. 2016. №1. - С. 79-83.
13. Васильева, В. М. Лоббизм: проблемы теоретической интерпретации // Мир и политика. — 2012. — Т. 1, № 64.
14. Васильева, В. М. Международный лоббизм как форма представительства бизнес-интересов // Государственная политика. — ISBN 978-5-211-06406-5. — Издательство Московского университета Москва, 2012. — С. 225-229.
15. Гильметдинова, З.М. Лоббизм в российской и зарубежной практике // Вестник Казанского юридического института МВД России. 2014. №2 (16). - С. 122-126.
16. Дегтярёв, А.А. Учет взаимосвязи циклической динамики «внешней» и «внутренней» среды работы бизнес-организаций в современном GR-менеджменте / А.А.Дегтярёв, М.Д.Бондарев, А.С.Тетерюк // Вестник МГИМО-Университета. 2018. №1. — С. 63-93.
17. Иванов, П. А. Лоббизм в современной России: инициативы по законодательному регулированию // Человеческий капитал. — 2014. — № 2 (62). — С. 161-166.
18. Исправникова, Н. Р. Лоббизм: группа коррупционного давления // Социальные и правовые проблемы экономического развития: Межфакультетский сборник научных трудов. Под общ. ред. А.П.Сысоева, М.С. Халикова, А.И.Усова. — Т. 3 из Выпуск № 3. — Университетская книга Москва, 2013. — С. 15-34
19. Каневский, П. С. Лоббизм в условиях изменений политической системы США // Социология. — 2018. — № 2.

19. Каневский, П. С. Российский корпоративный лоббизм в ЕС // Социология. — 2012. — № 3.
20. Конышев, В.Н., Сергунин А.А. Современный предпринимательский лоббизм в США: определение, типология, особенности // Вестник СПбГУ. Серия 6. Политология. МО. 2015. №2. – С. 72-77.
21. Крамченков, С.И. Современный российский лоббизм: опыт социологического исследования // Государственная служба. № 1. 2012.
22. Пантелеева, М.В. Деятельность групп давления в современной Японии // Вестник ЗабГУ. 2013. №5. – С. 144-147.
23. Пименов, Н.А. Лоббизм диалог с властью // Финансы: Теория и Практика. 2012. №1. – С. 73-78.
24. Сучкова, А.А. Лоббизм: основные подходы к пониманию // Известия ТулГУ. Гуманитарные науки. 2016. – С. 22-30.
25. Хоренко, Н. Российский лоббизм: саморегуляция или государственный контроль? // Бизнес и политика. 2016. № 5. – С. 43-48.
26. Шохин, А.Н. Лоббистская деятельность бизнеса в европейском Союзе: практика, возможности, технологии // Журнал российского права. 2012. №5 (185). – С. 85-92.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kurovaya-rabota/60551>