Московская Государственная Юридическая Академия

# Кировский Филиал

## Контрольная работа

**по ПОЛИТОЛОГИИ**

на тему **«Лоббизм как явление**

**политической жизни»**

Выполнила: Морокова Л.В.

2 курс, 2 группа

Проверил: Жуйков В.В.

167000

### Республика Коми

г. Сыктывкар

### Свободы 10а-113

2000

Лоббизм – слово со сложной судьбой. В 1553 году оно употребля­лось для указания на прогулочную площадку в монастыре. Столетием позже так начали называть помещение для прогулок в палате общин в Англии. Но политический оттенок это понятие приобрело только 2 века спустя в Америке[[1]](#footnote-1). Возможно, лоббизм вышел на авансцену жизни Ново­го Света вместе с американской нацией, т.е. в последней трети XVII столетия. Так это или нет, не доказано, но достоверно известно, что тради­ция лоббизма уходит корнями в годы президентства У.С.Гранта (1869-1877), генерала, снискавшего славу в гражданскую войну. Вечерами 18-й американский президент и его команда после дневных трудов от­дыха­ли в вестибюле одной из гостиниц (англ. - lobby – вестибюль, прихожая, кулуары). Там министры, сенаторы встречались с разными людьми, выслушивали их просьбы и давали слово - зачастую небескорыстно, а за звонкую монету – выполнить обещание.[[2]](#footnote-2)

Так термин «лоббирование» стал обозначать покупку голосов за деньги. Однако в Англии подобная политика долгое время считалась предосудительной. Слово вошло в лексический фонд лишь в XX веке, впоследствии его заимствовали и другие страны.

Само слово «лоббизм» неоднозначно оценивается общественным сознанием, ибо имеет как легальный, так и теневой смысл. Если говорить о втором содержании, то, как правило, он приобретает здесь сугубо отри­цатель­ное значение, нередко синонимично понятиям протекцио­низм, подкуп, покупка голосов в чьих-либо корыстных или узко партий­ных ин­тересах.

Крайним выражением негативного лоббирования могут выступать незаконное давление на представителей власти, взяточничество, корруп­ция. Отрицательное отношение к лоббизму формируется именно вслед­ствие подобной практики «влияния» на управленческие решения. Разуме­ется, это лишь одна сторона, показывающая не только силу и возможно­сти различных социальных структур, но и уязвимые, слабые «места» вла­сти.

В позитивном смысле лоббизм характеризуется как здоровое, жизнен­но необходимое явление, выступающее в качестве института демократического процесса. Ведь лоббизм как система разнообразных групповых интересов – столь же неотъемлемый элемент общества, как и наличие в нем этих разнообразных групповых интересов, каждый из которых настойчиво стремится привлечь к себе внимание властей. Лоб­бизм в этом смысле есть форма законного влияния «групп давления» на управленческие решения государственных органов в целях удовлетворе­ния интересов определенных социальных структур (организаций, ассо­циаций, территориальных образований, слоев граждан etc).

Лоббизм весьма жестко связан с политической властью. Можно вывести закономерность[[3]](#footnote-3): его больше там, где власть более реальна; это своего рода признак власти. Поэтому, считать, что лоббизм – давление на власть, на людей, принимающих решения, со стороны разного рода группировок или так называемых групп давления, – значит, не понимать механизма и самой сути властвования. Наиболее мощные «группы давления» и есть фактическая власть не просто оказывающая влияние, но контролирующая финансы, кадры, прессу, процесс принятия решений etc. В этом отличие от власти формальной – политических институтов и policy makers в их традиционном понимании – как лиц, принимающих решения, лишь представляющих и озвучивающих (в лучшем случае - олицетворяющих) власть, совершающих формальные акты обсуждения, согласования и визирования уже принятых решений, обеспечения юридического закрепления, легитимации решений фактической власти[[4]](#footnote-4).

Даже президенты, формально зависящие от избирателей, а не от кланов, нередко мало что могут предпринять без согласования своих намерений с лидерами группировок, ставленниками которых они, по сути являются. Лишь в «переходных» обществах, где традиционные группы давления уничтожены или ослаблены, а новые еще не сложились, относительно независима роль отдельной «самодостаточной» личности: (вождя, диктатора), и ощутимо влияние его харизмы.

Лоббизм, таким образом, не просто артикуляция (представление) интересов тех или иных групп (социальных, политических, экономических) в структурах власти, а процесс приведения формальной власти в соответствие с властью фактической.

Конечно, лоббированием своих интересов занято и множество мелких либо маловлиятельных групп. Однако давление разного рода общественных организаций и объединенных граждан на власть, – к сожалению – «периферия» лоббизма, а стержнем же его является обеспечение принятия решений в интересах ведущих групп давления как структур реальной власти, сформировавшихся на базе крупнейших корпораций.

Лоббизм как полноценный институт появляется тогда, когда уже существуют два необходимых условия.

1. Возникает большое многообразие интересов в обществе вследствие его социальной дифференцации
2. Расширяется доступ к власти на основе политического плюрализма, что характерно, прежде всего, для демократических режимов. В связи с тем, что власть объективно не в состоянии удовлетворить одновременно и наиболее полно все интересы, возникает проблема очередности, приоритета их осуществления. Отсюда следует закономерность стремления различных групп и слоев общества воздействовать на поведение государства в целях переориентации политики в свою пользу, стимулировать его принимать выгодные для них управленческие решения.

Для того чтобы процесс лоббирования пошел активно, необходимо знать и умело использовать наиболее применяемые в мировой практике средства и методы достижения целей. Например, в США, где он широко используется, выделяют следующие формы лоббистской деятельности:

1.Выступление на слушаниях в комитетах Конгресса с изложением позиций заинтересованных сторон

2.Составление проектов законов и предложений для внесения их на обсуждение Парламента

3. Организация пропагандистских компаний в пользу или против готовящегося решения и кампании «давления с мест» (потоки писем, телеграмм, телефонных звонков в адрес законодателей, личные визиты влиятельных местных избирателей к своим депутатам)

Для наиболее эффективной реализации целей лоббизма в США существуют развитые материальные структуры. Все крупные корпорации, предприятия, союзы, профессиональные ассоциации, общественные и различные специализи­рованные организации имеют в своем составе особые, занимающиеся только лоббизмом, подразделения. Они насчитывают до нескольких десятков, а то и со­тен человек, как правило, бывших советников, сенаторов, чиновников, юристов.

Заинтересованные группы, особенно монополии, активно пользуются услу­гами наемных лоббистов, в роли которых чаще всего выступают влиятельные юридические, пропагандистские и консультативные фирмы или их ведущие сотрудники. Наконец, нередко создаются организации типа предприниматель­ских, профессиональных или общественных, по членству и другим признакам, но це­ликом или полностью лоббистские по назначению.[[5]](#footnote-5)

Предприниматели ставили своей целью формирование политического лобби, которое, придя к власти, в законодательных структурах защищало бы свободу частной собственности и торговли. В связи с этим здесь принимаются стратегические и долгосрочные решения, именно эти органы являются основной мишенью для лоббистов.

Продавливание интересов в области судопроизводства тоже имеет место. По данным прессы, лоббисты принимают самое живое участие в слушания 60-70% дел, которые рассматриваются в Верховном Суде США.

Условно тут можно говорить и о лоббизме в средствах массовой информа­ции, которые связаны с мощным воздействием на сознание и поведение людей в сфере политики обоснованиях считаются «четвертой ветвью власти».

В зависимости от того, в каком управленческом решении достигаются цели лоббирования, оно может подразделяться на правотворческое (через акты при­менения права) и правоинтерпретационное (через акты толкования права). В за­висимости от характера интереса можно выделить политическое, социальное, экономическое, финансовое, правовое и другое лоббирование. В зависимости от времени действия бывает «одноразовый» и постоянный лоббизм. В зависимости от уровня – классификация на федеративном уровне (высшие органы исполне­ния власти и управления) и местные (республиканские, краевые, областные органы).

Ведомственный лоббизм министерств, ведомств, государственных комите­тов, отраслевое «продавливание» тех или иных интересов.

Регион лоббирование воздействие на власть со стороны представителей республик, краев, областей, регионов крайнего севера, Сибири, Урала, Дальнего Востока.

Иностранное лоббирование – влияние зарубежных «групп давления» либо национальных общин на те или иные органы с целью добиться определенных решений. Так значительное место в структурах американского общества зани­мает национальные лобби – еврейское, польское, арабское. Все они в силу своих возможностей пытаются «толкать» интересы национальных общин и стран, выходу которых являются.

###### Плюсы лоббизма

1. Влияя на управленческие решения, лоббизм заставляет «держаться в форме» органы государственной власти и управления, в определенном смысле конкурирует, соревнуется с ними, придает им большую динамику и гибкость. В условиях разделения властей каждая из ветвей власти может использовать то или иное лобби в своих интересах.
2. Лоббизм выступает инструментом самоорганизации гражданского обще­ства, с помощью которого мобилизируется общественная поддержка или оппо­зиция какому-либо законопроекту, оказывается влияние на политику. Лоббизм в этой ситуации своего рода соперник бюрократии, учитывая также, что государ­ство в условиях становления рыночных отношений все больше и больше остав­ляет многие из своих позиций в сфере защиты интересов различных социальных групп и слоев. Этот вакуум должен быть заполнен соответствующими структу­рами гражданского общества.

3. Лоббизм создает возможности для обеспечения интересов меньшинства, ибо выступает в качестве специфической формы проявления политического плюрализма. «При детальном изучении власти в американском обществе в цен­тре внимания оказывается не большинство, а меньшинство – лобби, группы давления, группы представляющие региональные интересы, руководители кор­пораций и профсоюзов, главы комиссий, проводящих парламентские расследо­вания»[[6]](#footnote-6).

4. Лоббизм воплощает собой принцип свободы социальных негосударственных структур. С помощью лоббирования они сами стараются решать свои проблемы, обладая определенным выбором путей и средств подобного решения.

5. Это средство применяется как своеобразное социально-политическое стимулирование, направленное на ускорение претворения в жизнь тех или иных целей. При таком подходе лоббизм выступает как способ активизации каких-либо процессов и явлений.

6. Он позволяет расширить информационную организационную базу принимаемых решений и гораздо убедительнее обратить внимание на определенные «кричащие» проблемы. Лоббисты обеспечивают органы власти потоком информации по тому или иному вопросу, который и выносится на парламентское слушание, «информируют законодателей о том, что происходит на самом нижнем общественном уровне и других уровнях»[[7]](#footnote-7). Через лоббирование интересам различных групп и слоев придается острая злободневность, актуальность, социальная значимость. Властные структуры убеждаются в приоритетном оперативном и полном их удовлетворении. Лоббирование выступает в виде системы аргументации, механизма подготовки и принятия соответствующих актов.

7.Лоббизм можно рассматривать как инструмент взаимодействия представительной и исполнительной властей. Разделение властей не противопоставляет их друг другу, оно должно иметь рабочий характер. Поэтому «взаимопомощь министерских лоббистов и депутатских комитетов – на пользу делу, она лишена корыстного интереса и вполне укладывается в рамки нормальной политической жизни».[[8]](#footnote-8)

8. Лоббизм можно оценивать и как более широкое средство достижения компромиссов, способ взаимного уравновешивания и примирения между собой разнообразных интересов. Общепризнано, что лоббистские группы, отстаивающие порой диаметрально противоположные интересы своих хозяев, как это ни странно на первый взгляд, способствуют сохранению своего рода равновесия раз­личных сил и достижению консенсуса при принятии управленческих решений, ведь, в конце концов, стержень лоббизма - взаимовыгодное сотрудни­чество.

###### Минусы лоббизма

1. Он может стать инструментом приоритетного удовлетворения иностран­ных интересов в ущерб интересам отечественным, т.е. реализоваться подчас как «непатриотическое» средство.
2. Выступает иногда проводником неправильного воздействия (давления) на государственные органы, здесь уже надо говорить о его преступных видах, которые подтачивают фундамент власти.
3. Может служить фактором развития и защиты ведомственности, местни­чества, национализма etc, усиливать крайние формы удовлетворения специнсти­тутов. Например, энергичная атака директоров спиртоводочных заводов на рос­сийское правительство, в результате которой акциз на алкогольные напитки, лишь с 1994 года возросший на 90%, был снижен до прежнего уровня в 85%.[[9]](#footnote-9)
4. Таит в себе немалую опасность «размывания» народовластных устоев общества, превращения демократических институтов в мощный инструмент от­дельных властных групп.
5. Мероприятия выступают в определенных условиях в форме проявления социальной несправедливости. Как показывает социальная практика некоторых западных государств, результат лоббизма большого бизнеса несравнимо выше (главным образом, ввиду финансовых возможностей), чем у других групп и структур. Подобная ситуация, повторяющаяся постоянно, способна дестабилизиро­вать обстановку, дисбалансировать интересы, способствовать повышению напряженности.
6. Зачастую блокируются действительно нужные управленческие решения, возникают препятствия к удовлетворению общественно ценных интересов, способст­вующие осуществлению интересов чиновничьих.
7. Иногда существенно мешает стабильной и оперативной государственной политике, ибо может быть направлен, например, на постоянное перераспреде­ление бюджета, «перетягивание одеяла на себя», на частую смену приоритетов, на усиление позиций одной ветви власти при одновременном ослаблении дру­гой etc[[10]](#footnote-10).
8. Лоббизм может использоваться как инструмент для обогащения отдель­ных слоёв, элит, «лоббизм как таковой – существование мощных групп людей у власти, принимающих все возможные меры для перераспределения материальных ресурсов и благ в свою пользу»[[11]](#footnote-11).

Лоббизм, как и всякое иное социальное средство, может быть употреблено либо на благо всего общества, либо в узкогрупповых интересах, все зависит от социально-экономической политики и культурного фона, от обстоятельств, которые могут «наделить» лоббизм, как плюсами так и минусами.

В связи с тем, что лоббизм создает широкий «набор» возможных последствий, он нуждается в упорядоченном юридическом оформлении. Общество и государство должны совместно участвовать в налаживании механизмов трансформации негативного лоббирования в позитивное, сводить к минимуму его вредные результаты и последствия.

Для того чтобы он приносил пользу всему обществу в большей степени, необходимы соответствующие условия: реальное действие демократических институтов и норм, экономическая и политическая стабильность, свобода средств массовой информации, устойчивое гражданское общество.

Безусловно, лучше создавать легальные формы лоббирования с тем, чтобы их можно было контролировать. Но абсолютного контроля над данным явлением установить невозможно. Лоббизм многогранен, воплощается зачастую в уникальных формах. В различных странах, ввиду своеобразия демократического строительства, существующих институтов и норм, пытаются найти свои пути в разрешении проблемы упорядочения лоббистской деятельности.

Так в США в 1946 г. был принят специальный закон о регулировании лоббизма, в котором установлено требование о необходимости регистрации всех профессиональных лоббистов. Подробным образом описана процедура регистрации лоббистов секретарем сената и клерком палаты.

Кроме того, лоббисты обязаны представлять под присягой подробные отчеты, в которых указываются все средства, полученные и израсходованные на указанные цели, а также другие сведения. Взятки и откровенный подкуп запрещены.

Вместе с тем, практика реализации данного закона свидетельствует, насколько трудно бывает выработать и оформлять однозначные принципы и нормы, применимые к деятельности большого числа неоднозначных и разнохарактерных организаций. Необходимо учитывать, что такой закон будет работать лишь в том случае, если существует и функционирует специальный контрольный орган, наделенный широкими полномочиями и располагающий достаточными средствами.

Вот пример из Германского опыта. Непосредственное взаимодействие между группами интересов и государственно-административными органами там происходит, как правило, в форме консультаций. Различные совещания, советы, комитеты и комиссии действуют практически при всех федеративных ведомствах. Большинство при министерстве экономики и труда.

Консультативные органы при правительственных учреждениях не обладают определенным юридическим статусом, для создания и упразднения не требуют какой-либо унифицированной административной процедуры, что делает их удобной и практичной формой контактов групп интересов с госаппаратом.

В свою очередь для правительства, министерств и иных административных структур значение этих групп определено их организационной мощью и обширными информационными ресурсами, которыми они располагают. Использование этого потенциала заметно облегчает подготовку и практическое применение законов и указов, существенно повышая тем самым эффективность административной деятельности.

Связями в парламенте не пренебрегают даже те группы, которые имеют налаженное взаимодействие с системой исполнительных органов. Заинтересованный союз нередко «покупает» место для подходящего, с его точки зрения, лица в списке кандидатов в депутаты бундестага или ландтага. Политические партии со своей стороны охотнее идут на то, чтобы «зарезервировать» для групп интересов некоторое число депутатских мест.

Очевидное преимущество заключается в том, что близость союзов к важнейшим сферам жизни общества, к реальным профессиональным, экономическим, социальным и иным заботам своих членов, делает эти организации желанными партнерами.

Формы и методы влияния групп интересов на парламентские партии в немалой степени зависят от того, насколько близки очередные выборы. В канун выборов особое значение приобретают такие факторы, как размеры финансовых средств союза. Поэтому в частности в ассоциациях немецких предпринимателей уже давно практикуется создание специальных отделов по делам печати и работы с общественностью. Огромную роль играют связи с крупными журналами. По прошествии выборов определяющую роль в лоббистской деятельности вновь начинают играть такие рутинные методы как «накатанные» связи в среде министерской бюрократии, использование уникальной информации.

Законодатели в Германии исходят из того, что лоббизм как система организованного оформления, выражения и представительства определенных интересов через правительственные институты, является неотъемлемым и важнейшим элементом жизни демократической страны между гражданским обществом и государством должен происходить непрерывный и свободный коммуникационный обмен. Без такого обмена большинство граждан страны могут оказаться в изоляции и отчуждении, лишиться возможности оказывать сколько-нибудь действенное влияние на процесс выработки и принятия властных решений, затрагивающих их жизненно важные интересы. В свою очередь органам государственной власти угрожала бы потеря обратной связи с обществом, утрата необходимой способности корректировать свою деятельность в соответствии с динамикой социальных потребностей.

В отличие от США в Германии нет единого федерального закона о лоббистской деятельности. Эту деятельность регулирует ряд правовых актов. В 1972 г. был принят закон, предусматривающий обязательную публикацию в специальном издании так называемого «лоббистского списка» – перечня организаций и их персональных представителей, желающих получить официальный доступ к парламенту и федеральному правительству. Наконец в соответствии с «кодексом поведения члена бундестага» каждый депутат обязан регистрировать в специальных документах данные о своем прежнем участии или сотрудничестве с союзами, а также своевременно заявлять обо всех нынешних соглашениях и контактах с союзами, фирмами etс.

Есть и другие подходы к упорядочиванию лоббизма. Так в Австрии, Франции Голландии пошли по пути создания соответствующей структуры, специального института – «социально-экономического совета», который, имея весьма четкий юридический статус, исполняет роль своеобразного лоббистского парламента. Он может выступать и в качестве консультативного совещательного органа, а может и обладать правом решающего голоса в законотворческом процессе. Но и тут до эффективного урегулирования еще далеко, ибо остаются без ответа в частности следующие вопросы. Какие группы должны быть представлены в данном органе и, иметь право голоса? Каким образом учитывать изменение численности существующих в стране лоббистских групп?

Однако в целом зарубежная практика наглядно свидетельствует, что существующие способы оформления деятельности лоббистских групп пока еще не позволяют решить вопрос о том, как эффективно контролировать их, не налагая в то же время излишних ограничений на общество, нуждающееся и активно стремящееся к свободному развитию своего потенциала.

Что касается общих тенденций лоббизма в зарубежных государствах, различия состоят главным образом в том, насколько гласно осуществляется лоббирование, насколько подконтрольно оно закону и демократично, насколько многообразны связи и каналы давления и влияния. Здесь лоббизм более или менее однотипен, механизмы обеспечения принятия решений известны и просты, так как отрабатывались столетиями.

Иное дело – лоббизм в СССР и постсоветской России, где социальная и экономическая жизнь были скованы жестоким, директивно-идеологическим корсетом. Специфика советского и российского лоббизма обусловлена, прежде всего, предельной идеологизацией и бюрократизацией общества, своеобразием его соцструктуры и, соответственно, способов и каналов артикуляции групповых и корпоративных интересов различных социальных звеньев[[12]](#footnote-12).

Считается, что лоббизм чаще всего осуществляется в органах исполнитель­ной власти. Это связано с тем, что кардинальные вопросы в нашей стране зако­нодательной властью пока еще решаются редко. Фактически это происходит че­рез президентские указы и постановления правительства, которые играют доми­нирующую роль в системе правового регулирования, и имеют прямое действие.

Особо здесь выделяется лоббирование в Администрации Президента. В прессе справедливо отмечается, что большие деньги оставляют себе коммерче­ские структуры в результате умелого «подсовывания» под президентскую руку своих льготных указов».[[13]](#footnote-13) Как пример можно привести Указ Президента РФ от 6 декабря 1993 г. «Об обеспечении надежного газоснабжения потребителей России акционерным обществом «Газпром» в 1994-96 гг. в пп. 8,9 которого Президент даровал РАО «Газпром» освобождение от импортных таможенных пошлин на оборудование, материалы и товары для данной отрасли, освобождение от нало­гообложения средств, зачисляемых в фонд стабилизации и развития РАО».

Приведенный пример показывает, что лоббируются интересы отнюдь не «народных масс». Поэтому, в первую очередь, в государственно-правовом механизме России должна быть создана действенная система защиты коренных интересов населения, особенно социально уязвленных слоев. Это требует с одной стороны, формирования в парламенте полноценного института лоббизма, позволяющего обеспечивать в принимаемых законах своеобразное равновесие сил, баланс противоположных интересов. С другой стороны, целесообразно учредить при парламенте специальную службу (аналогичную с исследовательской службой конгресса США), которая в противоположность лоббистскому подходу предоставляла бы законодателю свободный от каких-либо оценок материал, необходимый для адекватного отображения в законе разнообразных социальных интересов.

Законодательство о регулировании лоббизма позволит заложить в основу деятельности лоббистских организаций определенные этические принципы, нормы, традиции. Оно должно быть нацелено на регламентацию деятельности лоббистских структур, представляющих интересы корпораций, коммерческих предприятий и фирм с одной стороны, с другой – на поддержку групп, обеспечение их взаимодействия с властью и влияния общества на процесс принятия решений.

В феврале 1995 года Фонд развития парламентаризма в России организовал и провел «круглый стол», посвященный проблеме институционализации лоббизма. В частности, обсуждался законопроект о регулировании лоббистской деятельности в России. В его рамках для лоббистов-профессионалов были предложены субъективные права (например, получение информации в соответствующих государственных органах об их деятельности, а также свободный допуск в Федеральное Собрание РФ, его комитеты и комиссии, в органы исполнительной власти, возможность деловых встреч с депутатами, должностными лицами федеральных органов исполнительной власти). Также рассматривались следующие их обязанности (регистрироваться и получать лицензию в Минюсте РФ, отчитываться вплоть до указания расходов и достигнутых результатов, отвечать за ложную информацию и платить налоги)[[14]](#footnote-14).

В своей статье В.А. Лепехин пишет о том, что «жесткий, всеохватывающий и запретительный закон не будет работать. Он должен быть относительно мягким, как бы переходным. В сущности, основное его назначение состоит не в том, чтобы попытаться загнать лоббистскую деятельность в какие-то рамки – это нереально. Необходимо предложить обществу иную, гласную и цивилизованную форму взаимодействия с властью и тем самым построить параллельный канал влияния на государственный орган. Понятно и другое: какая-то часть предпринимательских структур, профсоюзы, общественные объединения etc наверняка предпочтут строить взаимоотношения на правовой основе. И в этом смысле принятие закона необходимо даже с просветительской целью[[15]](#footnote-15).

Предметом правового регулирования согласно содержанию разработанного законопроекта является, прежде всего, порядок создания лоббистских структур, их регистрация, и отчетность перед органами власти. Соответственно «лоббисты» по закону – это физические и юридические лица, зарегистрированные в качестве таковых, т.е. закон распространяется не на лоббистов вообще, а только на тех, кто в установленном порядке получил лицензию на право занятия лоббистской деятельностью. Депутатам, должностным лицам, госслужащим не разрешено выступать в качестве официальных лоббистов. Конечно, запретить депутату защищать интересы тех или иных партий социальных групп или объединений граждан никто не в праве - каждый депутат просто обязан лоббировать интересы своих избирателей, однако выступать в качестве лоббиста (по смыслу настоящего закона), т.е. вступать в деловые коммерческие отношения с государством, подменяя функцию законодателя функцией законодателя (или его представителя)- это все равно, что пускать в открытую распродажу государственную казну. Закон предусматривает периодическую отчетность лоббистов перед властями о своих клиентах и целях лоббирования размеров получаемого дохода.

Очевидно, что в принятии данного закона и государственном регулировании лоббистской деятельности объективно заинтересованы организационные структуры: профсоюзы, общенациональные общественные объединения, в том числе организационный бизнес, в нем также явно заинтересован простые россияне. Против же него настроены те, кто хотел бы строить свои отношения с государством или лоббистами по-старому скрытно и корыстно.

Если подходить к проблеме критически, то анализ зарубежного опыта заставляет серьезно усомниться в возможности найти в России одномоментное, всеобъемлющее и справедливое, простое практичное решение вопроса о том, как контролировать лоббистскую деятельность, не налагая в то же время излишних ограничений на гражданское общество, только еще встающее на ноги. Принятие какого-то единого, пусть самого современного «цивилизованного» закона о лоббистской деятельности не устранит коррупцию в коридорах власти. Целесообразно встраивать механизмы контроля над этой деятельностью во все принимаемые законодательные акты, регулирующие функционирование институтов политической системы.

Автор статьи «Лоббизм по-немецки» считает, что ключевую роль в «окультуривании» данного явления в России может и должна сыграть «четвертая власть» - свободная пресса. Речь идет о том, чтобы широко знакомить граждан в газетах и журналах с деятельностью групповых интересов (вынуждая их тем самым давать более глубокие, качественные и главное социально направленные обоснования своих требований) регулярно освещать ход и итоги контактов представителей власти и этих групп. Следует в первую очередь сделать подконтрольными и прозрачными процессы формирования и расходования бюджетов лоббистских организаций.

Между тем, общественное сознание в России, имея, глубокие корни в общинной и социалистической психологии, с трудом пока воспринимает лоббизм, а само слово зачастую используется как ругательное с аморально-криминальным оттенком. Сейчас в лоббизме видят лишь одну сторону – негативную, вкладывают в этот термин лишь теневой смысл. Конечно, его разные оценки, противоречивость его восприятия исходят из того, что мы еще просто не привыкли к этому, во многом новому для российского общества, явления и соответственно понятию его обозначающему. Трудно сказать, насколько будет распространено данное явление в России, но одно можно совершенно определенно утверждать: если государство решило формировать гражданское общество, то от лоббизма не уйти, ибо он выступает своеобразным спутником демократии. С созданием соответствующих условий, по мере вплетения норм и принципов народовластия в социальную практику лоббизм будет постепенно превращаться в необходимый социально-политический институт.

Литература:

Политология: Энциклопедический словарь. М.; 1993.

Политология: Учебник // под ред. Н.И. Матузова, А.В.Малько. – М.: Юристъ, 1999.

Фридман Л.В. Введение в американское право М., 1992

#### Периодические издания

Илларионов А. Правительство капитулировало перед водочным лоббизмом //Известия 1994, 24 февраля.

Карханин С. Лоббист проходит сквозь стену. Федеральные ведомства ищут контактов с парламентом //Российская газета 1994, 13 октября

Кузина Н. «Дикий» лоббист на рынке не рыщет.// Российская газета 1996, 29 февраля.

Ларин С. Кто правит Америкой ?… Лоббисты // Российская газета. 1993, 6 марта

Лепехин В.А. Лоббизм в России и проблемы его правового регулирования// Полис. 1998. №4

Лоббизм как инструмент политики//Актуальная политика 1993, №2-6

##### Лоббизм по-немецки//Полис.1993 №1

Малютин М., Нещадин А. Лоббизм–всего лишь средство обогащения // Известия 1994, 16 ноября

Остапчук А. Лоббизм станет цивилизованным. Готовятся соответствующие законодательные акты // Независимая газета. 1995, 14 февраля.

Совершенно ясно, почему Президенту России не нужен независимый прокурор//Новая ежедневная газета 1994, 8 апреля.

Специально для онят0Κ З ΔΝΑΓΗΘΖΘΜ «НЕ поленилось, н0 зαтрγднилθςь ηΘΔγμΑΤь»

Необходимо определить формальную правильность того или иного логического умозаключения, на основе определенного утверждения или ряда утверждений. Реальная действительность не играет при этом никакой роли, это немного усложняет тест, поскольку содержание абсурдно, но логически безупречно. Учитывать также то, что правильных ответов может быть несколько, но может и ваапще не быть. На все задания 8 минут.

1. Некоторые улитки являются горами. Все горы любят кошек. Следовательно, все улитки любят кошек. а)правильно б)неправильно
2. Все крокодилы могут летать. Все великаны являются крокодилами. Следовательно все великаны могут летать а)правильно б)неправильно
3. Некоторые кочаны капусты являются паровозами. Некоторые паровозы играют на рояле. Следовательно некоторые кочаны капусты играют на рояле. а)правильно б)неправильно
4. Две рощи никогда не похожи друг на друга. Сосны и ели выглядят совершенно одинаково. Следовательно, сосны и ели не являются двумя рощами. а)правильно б)неправильно
5. Никто не может стать президентом, если у него красный нос. У всех людей красный нос. Следовательно никто не может быть президентом а)правильно б)неправильно
6. Все вороны собирают картины. Некоторые собиратели картин сидят в птичьей клетке. Следовательно, некоторые вороны сидят в птичьей клетке. а)правильно б)неправильно
7. Только плохие люди обманывают или крадут. а)Екатерина – хорошая. б) Екатерина –обманывает в) Екатерина – не крадет г) Екатерина –обманывает и крадет д) Екатерина не обманывает
8. Все воробьи не умеют летать. У всех воробьев есть ноги. а) Воробьи и без ног могут летать б) Некоторые воробьи не имеют ног в) Все воробьи, у которых есть ноги, не могут летать г) Воробьи не умеют летать, потому что у них есть ноги д) Воробьи не умеют летать, и у них нет ног.
9. Некоторые люди –европейцы. Европейцы –трехноги. а) У некоторых людей три ноги. б) европейцы, являющиеся людьми, иногда трехноги. в) Люди с двумя ногами не являются европейцами. г) Европейцы – это люди с тремя ногами. д) Европейцы с двумя ногами иногда являются людьми.

10.Цветы - это зеленые животные. Цветы пьют водку. а) все зеленые животные пьют водку. б) Все зеленые животные являются цветами. в)некоторые зеленые животные пьют водку. г) Цветы, которые пьют водку, являются зелеными животными. д) Зеленые животные не являются цветами

11.Каждый квадрат круглый. Все квадраты красные. а) бывают квадраты с красными углами. б)Бывают квадраты с круглыми углами. в) Бывают круглые красные углы. г) углы и квадраты круглые и красные. д) У красных квадратов круглые углы.

12.Хорошие начальники падают с неба. Плохие начальники могут петь. а)плохие начальники летят с неба вниз. б)Хорошие начальники, которые умеют летать, могут петь. в)Некоторые плохие начальники не могут петь. г)Некоторые хорошие начальники плохи, так как они умеют петь д)Плохие начальники не падают с неба.

1. См. Политология: Энциклопедический словарь. М.; 1993. С.159 [↑](#footnote-ref-1)
2. См. Ларин С. Кто правит Америкой?…Лоббисты // Российская газета. 1993, 6 марта [↑](#footnote-ref-2)
3. См. Политология: Учебник // под ред. Н.И. Матузова, А.В.Малько. – М.: Юристъ, 1999. С.449 [↑](#footnote-ref-3)
4. Лепехин В.А. //Лоббизм и проблемы его правового регулирования. Полис. 1998 №4 С.119 [↑](#footnote-ref-4)
5. См. Современные США :Энциклопедический справочник. М.: 1988. С.83-84. Любимов А.П Профессиональный лоббизм. М., 1988. [↑](#footnote-ref-5)
6. Лернер М. Развитие цивилизации в Америке. М., 1992 т.1 С.492. [↑](#footnote-ref-6)
7. Фридман Л.В. Введение в американское право М., 1992 С.20 [↑](#footnote-ref-7)
8. Карханин С. Лоббист проходит сквозь стену. Федеральные ведомства ищут контактов с парламентом //Российская газета 1994. 13 октября [↑](#footnote-ref-8)
9. Илларионов А. Правительство капитулировало перед водочным лоббизмом //Известия 1994 24 февраля. [↑](#footnote-ref-9)
10. Российская газета 1994, 25 февраля. [↑](#footnote-ref-10)
11. Малютин М., Нещадин А. Лоббизм – всего лишь средство обогащения // Известия 1994, 16 ноября. [↑](#footnote-ref-11)
12. Лепехин В.А. Лоббизм в России и проблемы его правового регулирования // Полис 1998 № 4 С. 121 [↑](#footnote-ref-12)
13. Совершенно ясно, почему Президенту России не нужен независимый прокурор//Новая ежедневная газета 1994, 8 апреля [↑](#footnote-ref-13)
14. Остапчук А. Лоббизм станет цивилизованным. Готовятся соответствующие законодательные акты // Независимая газета. 1995 14 февраля; Кузина Н. «Дикий» лоббист на рынке не рыщет.// Российская газета 1996 29 февраля. [↑](#footnote-ref-14)
15. Лепехин В.А. Лоббизм в России и проблемы его правового регулирования// Полис. 1998. №4 [↑](#footnote-ref-15)