

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	5
Глава 1. Истоки изучения феномена лоббизма.....	7
1.1. Группы интересов и группы давления в политической жизни общества	7
1.2. Электоральное и функциональное представительство интересов	11
1.3. Плюрализм и корпоративизм в системе взаимоотношений государства и групп интересов	12
1.4. Лоббизм в системе функционального представительства интересов	13
1.5. Основные подходы к определению понятия «лоббизм»	18
1.6. Происхождение и эволюция понятия «лоббизм».....	21
Глава 2. Структура лоббистской деятельности	22
2.1. Коммуникативная природа лоббистской деятельности	22
2.2. Субъекты лоббизма: типология и отличительные особенности	23
2.3. Основные типы предметов лоббизма	28
2.4. Агенты лоббизма (лоббисты).....	29
2.4. Объект лоббизма, «точка доступа», «лобби» – проблемы разграничения понятий	32
2.5. Основные каналы лоббистской коммуникации.....	34
2.6. Коммуникационные барьеры и затруднения, возникающие в процессе лоббирования	35
2.7. Лоббистские ресурсы.....	36
Глава 3. Лоббистские технологии.....	38
3.1. Основные подходы к изучению и классификации лоббистских технологий	38
3.2. Технологии артикуляции групповых интересов	40
3.3. Аналитические технологии в лоббировании	41
3.4. GR- технологии	42
3.5. Технологии прямого лоббирования.....	45
3.6. Технологии косвенного лоббирования	46
3.7. Электронное лоббирование.....	49
Глава 4. Организация и проведение лоббистских кампаний.....	53
4.1. Основные особенности лоббистских кампаний	53
4.2. Подготовка к проведению лоббистской кампании	54

4.3. Коммуникативная фаза лоббистской кампании: механизмы и технологии реализации	57
4.4. Особенности заключительного этапа лоббистской кампании	61
4.5. Оценка эффективности лоббистских кампаний	62
4.6. Практический опыт реализации лоббистской кампании (на примере российских профсоюзов)	64
Глава 5. Становление института лоббизма в России: проблемы и перспективы	71
5.1. Российская модель функционального представительства интересов: политические традиции и современное состояние	71
5.2. Лоббизм в системе социальных и политических институтов современной России	75
5.3. Основные принципы регулирования лоббистской деятельности	79
5.4. Нужен ли в России закон о лоббизме?	81
5.5. Имидж лоббистов и лоббистской деятельности в России	84
Глава 6. Актуальные формы и механизмы социального лоббизма в России	89
6.1. Общероссийский народный фронт как институт социального лоббизма	89
6.2. Электронные лоббистские ресурсы в современной России	93
6.3. Виртуальный краудсорсинг как форма электронного лоббизма	95
Глава 7. Международный лоббизм в условиях глобальной неопределенности	101
7.1. Группы интересов как субъекты глобальной политики	101
7.2. Международный лоббизм в условиях глобальной конфронтации	103
7.3. Стабилизационный лоббизм как фактор геополитической устойчивости	108
Глоссарий	113
Рекомендуемая литература	117
Литература на русском языке	117
Литература на иностранном языке	119
Электронные источники	120