

# ВЫХОДИ НА ИНТЕРЕС



---

Россия не может найти место в американском лоббизме

---

ЕВГЕНИЙ РЕВЕНКОВ

Лоббизм в США считается не только самым развитым в мире, но и самым отрегулированным с точки зрения законодательства. Поэтому, несмотря на практически полный доступ к конгрессменам и сенаторам — для входа в здание конгресса США не требуется заказывать пропуск — и чрезвычайно широкие возможности для продвижения интересов клиента, лоббисты должны соблюдать множество четко описанных правил и процедур. За их несоблюдение лоббист может не только быть исключен из официального перечня, но и навсегда потерять авторитет профессионала и, соответственно, связи. А это гораздо страшнее.



Николай Злобин, президент либерального Центра глобальных интересов в США

## КОНТАКТЫ ПЕРВОЙ СТЕПЕНИ

В январе 2009 года, в первый же рабочий день после избрания Барака Обамы президентом США, он подписал распоряжение, которое СМИ назвали самым жестким пакетом ограничений в отношении лоббизма.

Согласно документу, госслужащим нельзя принимать подарки от лоббистов. А каждому начавшему работать на правительство сотруднику в течение первых двух лет службы запрещается принимать участие в мероприятиях или вообще каким-либо образом заниматься вопросами, связанными с его предыдущим местом работы (особенно, если человек ранее работал лоббистом). Кроме того, после ухода из правительства бывшим сотрудникам запрещается заниматься лоббизмом в течение двух последующих лет.

В сентябре 2009 года Обама подписал еще один указ, который запрещал лоббистам входить в состав консультативных комитетов по торговым вопросам, создающихся для нужд конгресса.

Все это вызвало возмущение лоббистских кругов. «Мы возражаем против попыток замазать одной черной краской всех официально зарегистрированных лоббистов и демонизировать нашу профессию», — гласил текст открытого письма Дэвида Венхолда и Питера Мэйберри, представителей Американской лиги лоббистов.

США по праву считается мировым законодателем мод в отношении лоббистской деятельности. Продвигать чужие интересы за деньги здесь не порицается, напротив, бытует расхожее мнение, что лоббистов должно быть как можно больше, потому что без них многочисленные компании, сообщества и социальные группы не смогут гарантировать соблюдение своих интересов.

Отдел законодательства, занимающийся этой сферой, прописан скрупулезно и четко. Главное, что отличает профессионального лоббиста, — это так называемые лоббистские контакты. Этот термин означает непосредственную коммуникацию между лоббистом и человеком у власти, который может осуществить цели клиента лоббиста. В коммуникации и таланте убеждения и заключается вся суть профессии.

Лоббистские контакты могут происходить где угодно, не только на Капитолийском холме. Однако именно в сенате и палате представителей США необходимо зарегистрироваться, чтобы осуществлять лоббистскую деятельность легально. Компании или физические лица, которые нанима-



Андраник Мигранян, глава вашингтонского Института демократии и сотрудничества, продвигающего идеологию российских властей

## РОССИЙСКИЕ «АГЕНТЫ» В США

### Alston & Bird

**ФИНАНСИРОВАНИЕ:** 184 тыс. долл. за полгода.

**ИСТОЧНИК:** правительство Российской Федерации (через компанию Ketchum).

**РОД ДЕЯТЕЛЬНОСТИ:** компания предоставляла анализ внешней политики США и американо-российских отношений в сфере экономики, торговой политики, контроля над вооружениями и климатической политики.

### Endeavor Law Firm

**ФИНАНСИРОВАНИЕ:** не менее 262 тыс. долл. за полгода.

**ИСТОЧНИКИ:** глава МИД РФ Сергей Лавров (бесплатно), бизнесмен Олег Дерипаска (262 тыс. долл. выплатил частично вместе с правительством Российской Федерации).

**РОД ДЕЯТЕЛЬНОСТИ:** компания предоставляла Лаврову консультации по американской политике, по законам США, регулирующим добычу полезных ископаемых, по благотворительности. Кроме того, компания продвигала его энергетические проекты, а также предоставляла информацию об американских совместных предприятиях в сфере авиации, сельского хозяйства и высоких технологий. Дерипаске компания оказывала консультации по законодательству США, торговым связям страны, инвестициям, внешней политике и благотворительности. Компания искала Дерипаске в США потенциальных бизнес-партнеров в цементной промышленности.

### Global Strategic Communication Group

**ФИНАНСИРОВАНИЕ:** бесплатно.

**ИСТОЧНИК:** руководство российской партии «Родина».

**РОД ЗАНЯТИЙ:** пиар-услуги. Данных о деятельности за отчетный период нет.

### Ketchum Inc.

**ФИНАНСИРОВАНИЕ:** 5,9 млн долл. за полгода.

**ИСТОЧНИКИ:** правительство Российской Федерации (1,8 млн долл.), «Газпром» (4,1 млн долл.).

**РОД ЗАНЯТИЙ:** пиар-услуги по улучшению имиджа России и «Газпрома» в американских СМИ.

### Venable

**ФИНАНСИРОВАНИЕ:** 252 тыс. долл. за полгода.

**ИСТОЧНИК:** «Газпром» через компанию Ketchum.

**РОД ЗАНЯТИЙ:** оказывает политическую консультацию иностранным бизнесменам и политикам по вопросам, связанным с энергетикой евразийского региона.

**ИСТОЧНИК:** последний опубликованный отчет Министерства юстиции США по FARA (за первое полугодие 2012 года).



Дэвид Мэйберри

ют лоббистов и платят им более 11,5 тыс. долл. в год, также обязаны регистрироваться. Лоббисты и их наниматели указывают свое имя, контактные данные, а также сферу своей профессиональной деятельности и, соответственно, интересов. Лоббисты указывают, на каких клиентов они работают.

Те, кто может доказать, что занимаются лоббизмом менее 20% от своего рабочего времени или получают ежегодно менее 3 тыс. долл. от каждого из своих клиентов, могут не регистрироваться. Такая форма лоббизма называется grassroots lobbying, т.е. «лоббирование нулевого уровня». Оно всячески поддерживается, поскольку такие лоббисты обычно являются представителями небольших американских сообществ, которые пытаются продвинуть свою местную инициативу. Например, принять локальный закон, который приведет к возникновению банка в одном удаленном населенном пункте.

## РУССКИЕ НЕ ИДУТ

Всего в США, по последним подсчетам, около 13 тыс. зарегистрированных лоббистов. Согласно статистике американского Центра эффективной политики (Center for Responsive Politics), в 2013 году больше всего денег в США на продвижение своих интересов тратят производители фармацевтики (117,4 млн долл.). На втором месте — страховые компании (77 млн долл.), на третьем — нефтегазовая промышленность (71 млн долл.). Помимо этих отраслей, крупнейшие лобби принадлежат финансовым структурам, производителям высоких технологий, компаниям по производству вооружений. Ежегодно на лоббирование в США тратится в среднем 3,5 млрд долл.

Помимо крупных бизнесменов и промышленников, заметную роль в американском лоббизме играют этнические группы: американцы — выходцы из иностранных держав объединяются в США, чтобы продвигать интересы своей бывшей родины. Мощнейшими этническими лобби считаются еврейское, кубинское и армянское.



## ЗАКОН ОБ ИНОСТРАННЫХ АГЕНТАХ США (FARA)

Закон обязывает регистрироваться в качестве иностранного агента в перечне Министерства юстиции США тем компаниям, которые потенциально могут влиять на принимающих политические решения американцев.

FARA распространяется на фирмы (или на отдельных лиц), которые получают деньги от иностранных «принципалов» и за это отстаивают их интересы в следующих сферах: политическая деятельность, связи с общественностью, политические консультации, распространение информации (за исключением СМИ) или фандрейзерство. НПО, в отличие от скандального «российского

варианта» закона об иностранных агентах, под действие FARA не подпадают. Тем не менее, факт финансирования из-за рубежа не является обязательным условием для регистрации организации в FARA.

Так, иностранным агентом в США не является финансируемый из России либеральный Центр глобальных интересов в Вашингтоне, который возглавляет политолог Николай Злобин. Когда он обратился в конгресс США с просьбой разъяснить, нужно ли регистрироваться его центру в FARA, ответ был следующим: его центр не подпадает под действие закона, так как не действует от имени российских властей.

Очевидно, так же американские власти воспринимают и вашингтонское отделение консервативного Института демократии и сотрудничества (ИДС), который возглавляет профессор МГИМО Андраник Мигранян, — причем несмотря на то, что этот think-tank с 2007 года занимается пропагандой взглядов нынешних российских властей за рубежом, отчасти на деньги правительства РФ. Идея создания ИДС принадлежала Владимиру Путину.

По данным Министерства юстиции США от 2012 года, в стране работают 388 компаний, представляющих интересы 559 иностранных «принципалов».

# \$ 68,7 млн

ежегодно получает  
Грузия от США.  
21 млн из них —  
на программу по  
реформированию армии  
в соответствии  
со стандартами НАТО



Российское лобби между тем в США до сих пор так и не сформировалось. В истории США, несмотря на всю политичность общества, не было конгрессменов, сенаторов, губернаторов и мэров русского происхождения или с русскими корнями. Почему русская диаспора (а в США всех выходцев с российских территорий называют русскими) не стремится упрочить свои политические позиции во внутренней политике страны, неясно. В остальных важных сферах — бизнесе и культуре — выходцы из России намного активнее и успешнее.

«Советская и российская эмиграция проходила пятью волнами, это были люди разных поколений и убеждений, — считает Эдуард Лозанский, президент Американского университета в Москве и глава фонда «Русский дом», способствующего развитию отношений России и США. — Вероятно, по этой причине русская диаспора обычно быстро ассимилируется и не объединяется в одно целое».

Сам Лозанский считает себя российским лоббистом, причем лоббистом убеждений: он не получает финансирования ни от политических, ни от бизнес-кругов РФ. «Я веду



Эдуард Лозанский, президент Американского университета в Москве

свой бизнес, и это позволяет мне параллельно заниматься тем, что я считаю правильным», — рассказывает он.

Отсутствие финансирования позволяет Лозанскому чувствовать себя свободнее: на него не распространяется американский закон об иностранных агентах, так называемый FARA. Главная инициатива главы «Русского дома» —

организация ежегодного Всемирного российского форума в Вашингтоне, где собираются американские и иностранные эксперты для дискуссии о перспективах сотрудничества США и РФ, а также присуждается премия Liberty за вклад в развитие отношений между двумя странами.

В апреле 2011 года Лозанский вместе с Энтони Салвиа, директором Американского института в Украине, попытался своими силами реализовать крупный лоббистский проект: заставить Обаму отменить поправку Джексона — Вэнника, налагавшую ограничения на российско-американское торговое сотрудничество. Тогда только начиналась дискуссия о необходимости ее полной отмены (хотя поправка с 1994 года и без того ежегодно отменялась личным указом президента США), и Лозанский с Салвиа решили ускорить этот процесс.

«Я подал иск против Обамы, объясняя это тем, что поправка является постоянным дестабилизирующим фактором в отношениях двух стран и тем самым ущемляет мои интересы как бизнесмена, в том числе организующего семинары по российско-американским торговым связям», — рассказал собеседник «МП». Эти аргументы, однако, не убедили судью, и Обама избежал приговора.

## НЕ ХВАТАЕТ ТАКТИКИ

Единственная и неудачная попытка создать мощное российское лобби в США власти России предприняли в середине 1990-х годов. Тогда было решено создать специальный фонд, который мог бы использоваться для найма в США лоббистских фирм в российских интересах.

Распоряжение о создании фонда подписал в 1996 году тогдашний премьер-министр РФ Виктор Черномырдин. На проект выделили 5 млн долл. 23 октября того же года председатель Российского банка реконструкции и развития Владимир Стерлигов заехал в центральное отделение банка подписать платежные документы на перевод этих средств американской фирме, которая была выбрана для координации лоббистской деятельности в пользу РФ. Сразу после этого американская фирма исчезла со всеми российскими деньгами, а самого Стерлигова расстреляли вместе с водителем на пути из банка на дачу бизнесмена. Кто стоял за организацией подставной фирмы и убийством Стерлигова, следствию установить так и не удалось.

По мнению Лозанского, сегодня России для лоббирования своих интересов в США можно было бы использовать тактику Грузии, которая при президенте Михаиле Саакашвили нанимала американских лоббистов для продвижения собственных интересов. Среди работавших с грузинским правительством был бывший спикер палаты представителей республиканец Ричард Гепхард и Рэнди Шунеман, советник по международным делам сенатора Джона Маккейна, одного из виднейших деятелей той же республиканской партии.

Впрочем, тогда американско-грузинские отношения были на подъеме, и для лоббистов продвигать инициативы Саакашвили в конгрессе США было гораздо проще, чем той же компании Ketchum, которая пытается улучшить имидж России в условиях сирийского кризиса и похолодания личных отношений между Бараком Обамой и Владимиром Путиным. **МП**

