

| № | Институциональная среда | Метод | Частота применения | Общая характеристика | Польза для субъекта принятия решения (от лоббиста) |
|--------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Приложение А. Технологии лоббистских групп в Соединенных Штатах Америки | | | | | |
| 1 | Законодательная власть | Оказание услуг и/или предоставление подарков законодателям | — | Лоббисты (1) на всех трех уровнях активно лоббируют законодателей. Законодательные органы привлекают больше внимания лоббистов, чем исполнительная или судебная ветви власти; (2) занимаются двумя видами законодательного лоббирования – фоновым и проблемным; (3) полагаются на личные встречи с законодателями и/или сотрудниками законодательных органов. | Предоставляет экспертную информацию и «взгляд изнутри» на компанию, отрасль, проблему. Экономит время, которое в противном случае было бы потрачено на поиск информации или написание законов. Представляют аналитическую информацию по вопросам политики и карьеры, которая имеет отношение к избирателям. |
| | | Личная встреча с законодателями и/или их помощниками | очень часто | | |
| | | Выступление на заседаниях в комиссиях на разных уровнях/слушаниях | очень часто | | |
| 2 | Исполнительная власть | Взаимодействие со специальными организациями, которые консультируют главу исполнительной власти | часто | Лоббисты (1) регулярно лоббируют бюрократию. Независимо от того, какие методы они используют, лоббисты (2) уделяют особое внимание аналитической информации. Однако, когда они лоббируют бюрократов для принятия благоприятных разрешительных решений, они (3) полагаются на техническую информацию. | Предоставляет исполнительным органам ценную инсайдерскую информацию о/от различных стейкхолдеров. Повышает значимость в глаза общественности и улучшает имидж. Может расширить знания политиков о вопросах, по которым они голосуют или поддерживают конгрессменов. |
| | | Взаимодействие с пресс-центром главы исполнительной власти | часто | | |
| | | Личная встреча с главой исполнительной власти и/или его помощниками | редко | | |
| | | Личная встреча с сотрудниками исполнительного органа | часто | | |
| | | Участие в работе консультативных (совещательных) органов, рабочих групп по выработке решений | часто | | |
| | | Представление письменных замечаний по предлагаемым правилам или подзаконным актам | часто | | |
| | | Выступления на заседаниях исполнительного органа | часто | | |

| | | | | |
|----------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | Разработка проектов нормативных правовых актов и организация их обсуждения | часто | | |
| | Участие в работе органов государственной власти | — | | |
| 3 Судебная власть | Попытка повлиять на назначение конкретных судей | — | Как и две другие ветви власти, судебная власть привлекает внимание лоббистов, но не на постоянной основе. Лоббисты больше заинтересованы не в выигрыше конкретного дела, а в изменении политики суда по важным вопросам. | Предоставляют суду «авторский» взгляд на общественно-значимые проблемы и на то, как решение скажется на них. |
| | Участие в судебном разбирательстве | периодически | | |
| | Предоставление amicus curiae | периодически | | |
| 4 Grassroots лоббизм | Организация личных встреч между членами отстаиваемой лоббистом группы интересов и таргетированными представителями власти | — | (1) Объектом воздействия выступает общественность. (2) Лоббизм направлен на достижение одной или обеих из следующих целей: а) повлиять на мнения людей и б) побудить людей доводить до политиков свое мнение. Несмотря на большой арсенал методов, лоббисты (3) полагаются на кампании по электронной почте, письмам, телеграммам или электронному звонкам, а также на использование средств массовой информации. | Может склонить общественное мнение в пользу таргетированного политика/партии и отстаиваемых им/партией проблем. Может отвлечь общественное мнение от конкурентов и их взглядов. Экономит деньги, которые политики в противном случае потратили бы на продвижение своих программ/убеждений. |
| | Организация кампаний в СМИ | часто | | |
| | Участие в кампаниях по электронной почте, письмам, телеграммам или телефонам | очень часто | | |
| | Участие в демонстрациях/протестах | редко | | |
| | Воздействие на законодателя через контакты лоббиста с влиятельными избирателями | — | | |
| | Воздействие на законодателя через контакты с его близким личным другом или лицом, пользующимся особым доверием | — | | |
| | Приглашения законодателя на неформальные мероприятия | — | | |
| | Распространение в избирательном округе законодателя результатов его голосований | — | | |

| | | | | | |
|---|-----------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 5 | Прямая демократия | <p>Попытка внести общественную инициативу или провести референдум</p> <p>Агитация за или против общественной инициативы или референдума</p> | <p>редко</p> <p>редко</p> | <p>Лоббисты проводят кампании «за» или «против» инициативы. Сами вносят выгодную для себя инициативу.</p> | <p>Может увеличить популярность, политика, партии, идеи и пр. Инициатива может благополучно сказаться на экономическом, карьерном и пр. положении СПР.</p> |
| 6 | Электоральный лоббизм | <p>Агитация за кандидатов или против них (участие в политической кампании)</p> <p>Участие в предвыборной и выборной пропаганде (участие в пропагандистской кампании)</p> <p>Внесение взносов натурой кандидатам</p> <p>Внесение денежных взносов в пользу политических партий</p> <p>Внесение денежных взносов кандидату</p> <p>Мобилизация активистов для работы от имени кандидата, выпуск руководств для избирателей</p> | <p>редко</p> <p>редко</p> <p>редко</p> <p>редко</p> <p>периодически</p> <p>—</p> | <p>Финансирование электоральных кампаний выступает средством лоббизма. В большинстве штатов деньги передаются кандидату через комитеты политических действий (РАС).</p> | <p>Кандидат получает: (1) ресурсы для ведения своей предвыборной кампании, (2) дополнительные голоса.</p> |
| 7 | Технологический и штатный лоббизм | <p>Использование ПО, ИИ и Интернета для сетевой мобилизации, анализа больших данных, построения прогнозов и пр. Изучение развития политической ситуации, проведение исследований, подготовка аналитических документов</p> | <p>очень часто</p> | <p>Современные технологии позволяют лоббистам не тратить время на анализ данных и рутинные задачи.</p> | <p>Ускорение коммуникативных процессов, упрощенный доступ к информации.</p> |
| 8 | Другое | <p>Вступление в коалиции с другими организациями и/или лоббистами</p> | <p>очень часто</p> | <p>Группы давления объединяются в ассоциации и союзы и т.п. для отстаивания своих интересов.</p> | <p>—</p> |