

## К ВОПРОСУ О ФОРМИРОВАНИИ ИНОСТРАННОГО ЛОББИЗМА (ИЗ ОПЫТА США)

*Я. И. Ком*

Иностранный лоббизм - явление достаточно традиционное. Все государства старались и стараются сформировать за рубежом недипломатические центры влияния, которые помогали бы проводить нужную политику, хотя легальная форма иностранного лоббизма, когда определенные влиятельные лица открыто ангажируются иностранным государством, появилась относительно недавно. Интересно, что самым ранним случаем считается наем в XIX в. правительством России американского экс-сенатора за колоссальную сумму в 30 тыс. долларов для лоббирования покупки Аляски правительством США, что было успешно им выполнено<sup>1</sup>. Долгое время под иностранным лоббизмом в США понималось лоббирование прежде всего определенных внешнеполитических интересов, и именно этот смысл был вложен в закон 1938 г. о регистрации иностранных агентов (ФАРА), обязывающий их регистрироваться и отчитываться о своей деятельности. Наиболее сильными иностранными лобби, успешно реализовавшими данные возможности, считались в 60-70-е гг. XX в. израильское и тайваньское. В определенных аспектах израильское лобби не утратило былого влияния и по сей день, благодаря в основном широкому вовлечению в свою деятельность американских евреев, составляющих мощную электоральную силу.

В 90-е гг. XX в. ситуация меняется. Иностранный внешнеполитический лоббизм, да и политический вообще, относительно теснится лоббизмом экономическим, государственный - частным. Речь идет прежде всего о лоббировании экономических интересов иностранных ТНК. Кроме того, в иностранном лоббизме произошла еще одна серьезная перемена. За последнюю четверть века мировая экономика глобализировалась и интересы внутренних производителей тесно переплетаются с интересами внешних, оперирующих на данном рынке. Иностранный лоббизм все активнее и шире проникает в лоббизм внутренний (чисто американский), становится его органической частью (соответственно внутренний лоббизм вырастает в иностранный), и порой крайне проблематично провести строгую их демаркацию. Американские компании должны считаться с интересами своих японских поставщиков технологий, а также с потребностями китайских рынков рабочей силы и сбыта, с которыми они связаны. И наоборот - японские и китайские партнеры американцев должны учитывать их интересы. Именно поэтому в новый закон 1995 г. о раскрытии (открытости) лоббистской деятельности было внесено положение о том, что все иностранные лоббисты, представляющие коммерческие интересы, регистрируются наравне с их американскими коллегами. А иностранными агентами, подпадающими под действие ФАРА, считаются теперь только агенты влияния иностранного государства в целом (работники посольств, межгосударственных организаций и т. д.).

Прямое проникновение иностранного лобби в американскую экономику неразрывно связано с усилением в ней групп давления, представляющих азиатский капитал, - даже можно сказать, фактически вызвано ими. Нарастание роли азиатского экономического лоббизма просматривается, между прочим, в том, что в последние десятилетия отрицательное сальдо торгового баланса США с азиатскими странами неуклонно увеличивается. Сейчас иностранный экономический лоббизм в США характеризуется тремя основными чертами: сохраняющимся с 1970-х гг. большим влиянием японского корпоративного лобби; упрочением позиций китайских групп давления, которые по силе уже сопоставимы с японскими, и намечающейся возможностью «смены лидера» мощной протекционистской реакцией американского общества и защитными действиями истеблишмента (эту идею активно эксплуатирует правое крыло республиканцев). Почувствовав необходимость защиты национального бизнеса от иностранных конкурентов, американская экономическая и политическая элита сформировала в последние годы общественное мнение, которое можно обозначить как понимание угрозы экономической зависимости.

---

<sup>1</sup> Hrebemar R.J. Interest Group Politics in America. N.Y., 1997. P. 273. The Washington Quarterly. 1997. Spring. P. 153-181.

Прежде чем перейти к детальному исследованию вопроса, отметим, что, помимо уже указанной тенденции, - начавшегося проникновения частного иностранного лобби в сферу внутривнутриполитической борьбы, лоббизму современных США свойственны еще две главные тенденции развития. Во-первых, все более значима роль в воздействии на органы государственной власти непрямого лоббизма нового типа, заключающегося не только в организации массовых кампаний, действительно или якобы отражающих мнение большинства населения и (или) определенной его группы, но и в формировании общественного мнения путем комбинирования методов лоббирования, технологий связей с общественностью, рекламы. Во-вторых, определенное перемещение лоббистской деятельности с федерального уровня на уровень законодательных и исполнительных органов штатов.

Все три тенденции взаимосвязаны между собой и реализуются в смешанных по формам и методам вариациях политической практики. Наряду с традиционным в различных сочетаниях практикуется не прямой лоббизм на местном уровне, прямой и не прямой иностранный лоббизм на том же уровне, не прямой иностранный лоббизм на федеральном уровне. Примером соединения всех трех тенденций может служить крупнейшая лоббистская кампания за одобрение Североамериканского соглашения о свободной торговле (НАФТА), принятого в 1993 г. Присоединение Мексики к соглашению США и Канады было выгодно США в целом, но крайне невыгодно южным штатам из-за угрозы потери рабочих мест, загрязнения окружающей среды, недовольства населения наплывом мексиканцев. Заинтересованное в продвижении соглашения правительство Мексики наняло крупнейшие агентства по связям с общественностью «Берсон Марстеллер» и СЕКОФИ. Поняв, что противники находятся не только в столице, но и в конкретных штатах, фирмы наняли несколько субподрядчиков - региональные РЯ-фирмы. Так, «Кампос Комьюникейшнз Инк.» готовила для распространения в Техасе памфлеты и пресс-релизы. Фирма «Мойя, Вилланьева, энд Ассошиэйтс» делала то же в Калифорнии. Одновременно основные подрядчики наняли двух экс-губернаторов Нью-Мексико Т. Анайя и Дж. Аподака, которые занимались митингами и семинарами с различными группами населения для поддержки прохождения закона .