

УДК 328.3

РОССИЙСКИЙ И АНТИРОССИЙСКИЙ ЛОББИЗМ В США

© 2016 г. **Д.Б. Графов***

Статья поступила в редакцию 30.09.2015 г.

В статье рассмотрен опыт лоббирования в США российскими группами интересов в период ухудшения российско-американских отношений. Сделан вывод о том, что для лоббирования отечественных интересов главными будут являться вопросы представления интересов в политическом и публичном пространствах и создания инфраструктуры лоббирования. Поэтому эффективность лоббирования будет зависеть от следующих обстоятельств: во-первых, от числа союзников, через интерес которых будут представлены цели лоббирования; во-вторых, от количества и влияния институтов представительства интересов (культурных, гуманитарных, историческо-просветительских, образовательных, научных, коммерческих), которые обеспечивают информацией, создают выгодные обстоятельства в общественном и политическом мнении, легитимизируют контакт с законодателями; в-третьих, от электоральной опоры на диаспору или группы избирателей в отдельных округах, мобилизованных общими интересами; в-четвёртых, от финансирования выборных кампаний законодателей не напрямую, а через агитацию и рекламу общественных целей их политической повестки. В целом эффективность будет зависеть от инфраструктуры представительства интересов.

Ключевые слова: лоббирование, лобби, США, Россия, представление интересов, группы давления, Парсонс, Конгресс, Сенат, инфраструктура лоббирования, санкции.

Анализ отчётов лоббистских фирм, поданных в соответствие с законом «О раскрытии лоббистской деятельности» 1995 г., показывает, что среди групп, лидирующих по расходам на лоббирование вопросов внешней политики США, в качестве клиентов присутствуют группы интересов из самых разных стран, как союзников США, так и противников. Лоббистские усилия российских групп интересов занимают довольно скромное место** (см. табл. 1). Во многом это объясняется неэффективностью попыток прямого лоббирования, которые предпринимались в России с начала 1990-х годов. Ещё менее результативным такое лоббирование стало с возникновением охлаждения и конфронтации в отношениях между США и Россией начиная с 2006–2008 гг. Хотя до 2013 г. расходы российских групп интересов на лоббирование в США были значительно больше, чем после 2013 г. (см. табл. 2).

* ГРАФОВ Дмитрий Борисович – кандидат политических наук (graftvc@mail.ru)

** Если ограничить список лоббистов и их клиентов по мере убывания потраченных средств нижней чертой в 200 тыс. долл., то выборка будет достаточно репрезентативна, чтобы показать качественный состав по участникам, целям и размерам средств, потраченных на лоббирование в 2012–2013 гг. [16].

Таблица 1

**Лоббирование иностранными группами интересов в США и средства,
потраченные на лоббирование в 2012–2013 гг. (от 200 тыс. долл. и выше)**

	Клиент	Лоббистская фирма	Сумма, долл. США
1	Бидзина Иванишвили, Грузия (<i>Mr. Bidzina Ivanishvili, Georgia</i>)	Нэйшнл стретиджис, Дж. Пол (<i>National Strategies, Joyal Paul</i>)	2 852 000
2	Американ-Израел паблик афферз коммити (<i>American-Israel public affairs committe</i>)	К. Ховард, самостоятельно (<i>K. Howard</i>)	2 761 400
3	«Альянс Азербайджан – США» (<i>The Azerbaijan America Alliance</i>)	«ФАБИАНИ энд КОМПАНИ», Фабиани Джеймс (<i>FABIANI & COMPANY, Fabiani James</i>)	2 400 000
4	Американские акционеры в ЮКОСе [неформальная коалиция] (<i>American shareholders in Yukos [an informal coalition]</i>)	«Кавингтон энд Бёрлинг», Ларсон Алан (<i>Covington & Burling, Larson Alan</i>)	870 000
5	РИПАБЛИК оф ИНДИА (<i>REPUBLIC OF INDIA</i>)	«Барбур Гриффит энд Роджерс», БГР Холдинг, Гриффит Г.О. (<i>Barbour Griffith & Rogers, BGR Holding, Griffith G.O.</i>)	720 000
6	Талко менеджмент лимитед, Таджикистан (<i>Talco Management Ltd.</i>)	«ФАБИАНИ энд КОМПАНИ», Фабиани Джеймс (<i>FABIANI & COMPANY, Fabiani James</i>)	600 000
7	БГР, от лица посольства Республики Казахстан в Лондоне, Великобритания (<i>BGR Gabara Ltd., UK; from the Republic of Kazakhstan' Embassy in London</i>)	«Барбур Гриффит энд Роджерс», БГР Холдинг, Гриффит Г.О., Робертс Уолкер (<i>Barbour Griffith & Rogers, BGR Holding, Griffith G.O., Roberts Walker</i>)	560 000
8	Чайна-Ю.С. иксчендж фаундейшн, КНР, (<i>China-U.S. Exchange Foundation</i>)	«Фонтейм интернэшнл», «Кавингтон энд Бёрлинг», «Вильсон глобал комьюникейшн» (<i>Fontheim International, Covington & Burling, Wilson Global Communications</i>)	507 000
9	ФАБИАНИ энд КОМПАНИ, от лица «Альянса Азербайджан – США» (<i>FABIANI & COMPANY, from The Azerbaijan America Alliance</i>)	«Карпино энд Ассошиэйтес, Карпино Юджин» (<i>Carpino & Associates, Carpino Eugene</i>)	480 000
10	Альфа-банк, Россия (<i>ALFA BANK, Russia</i>)	«Барбур Гриффит энд Роджерс», БГР Холдинг, Роджер Эд (<i>Barbour Griffith & Rogers, BGR Holding, Roger Ed</i>)	480 000
11	Европейский центр современной Украины (<i>European Centre for a Modern Ukraine</i>)	«Меркьюри/Кларк энд Вайншток, Уэбер Вин» (<i>Mercury/Clark & Wein-stock, Weber Vin</i>)	470 000

12	Дж. Стрит, израильская группа интересов (<i>J. Street</i>)	В. Дилан, самостоятельно (<i>W. Dylan</i>)	400 000
13	Иранско-американской общность Северной Калифорнии (<i>Iranian American Community of Northern California</i>)	<i>АКИН ГАМП ШТРАУСС ХОЕР энд ФЕЛД, Д'Арси Син (AKIN GUMP STRAUSS HAUER & FELD, D'Arcy Sean)</i>	300 000
14	Газпромбанк (<i>Gazprombank, GPB [OJSC]</i>)	«Скваэр Паттон Боггс» (<i>Squire Patton Boggs</i>)	300 000
15	ОАО «Новатек» (<i>Novatek</i>)	«Корвис МСЛ ЛЛС» (<i>Qorvis MSL LLC</i>)	280 000
16	Олександр Тимошенко (<i>Oleksandar Tymoshenko, Украина</i>)	«УИЛИ РЕЙН ЛЛП», Слеттери Джим (<i>WILEY REIN LLP, Slattery Jim</i>)	250 000

Таблица 2

Суммы, истраченные на лоббирование в США другими российскими группами интересов с 1999 по 2013 г. (от 20 тыс. долл.)

	Клиент	Период	Сумма, долл. США
1.	Альфа-банк	2004-2011 гг.	4 500 000
2.	Менатеп (GML) (бывшие акционеры ЮКОС)	2003-2013 гг.	4 140 000
3.	Телекомпания НТВ	2001-2002 гг.	2 500 000
4.	РАО ЕС	2003-2004 гг.	10 000 000
5.	«Техснабэкспорт»	2008-2011 гг.	640 000
6.	«Строймедиаресурс лимитед»	2006 г.	240 000
7.	ГМК «Норильский никель»	2003 г.	80 000
8.	ЮКОС	2004 г.	40 000

Каково место российских групп интересов? Чего они добивались и насколько успешно? В этом отношении предполагается рассмотреть следующие вопросы:

1. Какие цели ставили перед собой группы интересов?
2. Насколько интересы этих групп совпадают или расходятся с идеологическими доктринами и целями политики США?
3. Как эти группы связаны с политической системой США и политическим классом?
4. Каким образом цели лоббирования были представлены (или не представлены) в публичном пространстве?

Анализ позитивного опыта лоббирования

Из более-менее удачных попыток лоббирования после 2008 г. можно назвать две. Закончились успехом многолетние усилия открыть доступ российскому урану на американский рынок напрямую без посредников и без антидемпинговых квот. А кроме того, США согласились пропустить Россию в ВТО и отменили поправку Джексона – Вэника.

Поставщик урана, компания «Техснабэкспорт» начала поставки в начале 1990-х. США были заинтересованы в ядерном разоружении России и предложили свой рынок для поставок переработанного оружейного урана [22] для атомных станций по договору «ВОУ-НОУ». Это обстоятельство и было сущест-

венным отличием экспорта урана в США, скажем, от российских попыток захватить серьёзную долю на американском рынке стали или титана. С другой стороны, в США 25 покупателей урана для АЭС и только два крупнейших поставщика – компании «ЮСЕК» (*United States Enrichment Co., USEC*) и «КонверДин» (*ConverDyn*). Они были недовольны дешёвым российским ураном и начали антидемпинговые процедуры. Министерство торговли США ввело жёсткие ограничения. Долгие годы «Техснабэкспорт» был связан квотой на поставку и условием торговли через американского посредника, но боролся, нанимая лоббистов. В 2006 г. за дело взялась лоббистская фирма «Ди-Си навигейторс» (*DC Navigators*). Её услуги стоили 210 тыс. долл. в год. Лоббистские усилия предпринимались, как свидетельствуют отчёты «Ди-Си навигейторс», не только в Сенате и Палате представителей, но и в администрации президента, Министерстве энергетики [18]. В 2007 г. американский суд по международной торговле признал, что Минторг США неправомерно начал антидемпинговое расследование против «Техснабэкспорта». Суд удалось убедить, что поставка урана есть не поставка товара, а оказание услуги. Американское урановое лобби, за которым стояла, прежде всего, компания «ЮСЕК», начало наступление на российско-американское соглашение о сотрудничестве в области мирного атома [25]. Соглашение должно было лишить USEC статуса эксклюзивного агента по закупкам российского урана. Поводом заставить администрацию Дж. Буша-мл. отозвать это соглашение из Конгресса и остановить ратификацию стал российско-грузинский конфликт 2008 года [13].

В 2008–2009 гг. «Техснабэкспорт» заплатил фирме «Кессиди энд Эссошиэйтед» (*Cassidy & Associates*) за лоббирование в Конгрессе, Министерстве энергетики, Госдепартаменте и Министерстве торговли ещё 160 тыс. долл. [17]. Дополнительно подключилась пиар-фирма «ЭПКО ворлдвайд» (*APCO Worldwide*) [17]. В 2010 г. Белый дом снова внёс российско-американское Соглашение о мирном атоме на ратификацию в Конгресс. С резолюцией «О неодобрении соглашения» выступили конгрессмен от Массачусетса демократ Э. Марки и республиканец от Небраски Дж. Фортенберри. Но, во-первых, президент мог наложить на такое решение вето, которое преодолевается только 2/3 голосов палаты. Во-вторых, поставить крест на Соглашении могут только резолюции обеих палат Конгресса. Дело кончилось тем, что, отлежав в Конгрессе 90 дней, документ был автоматически ратифицирован.

Таким образом, дело закончилось победой: у России появилось право поставлять уран напрямую американским потребителям. Лимит на объём поставок должен быть отменён после 2020 г. [6]. В 2011–2013 гг. он вырос с 16 до 41 т, а с 2014–2020 гг. должен составить 485–514 т. Пожалуй, это пока единственный случай, когда деньги, потраченные на американских лоббистов, оправдали себя. Но победа здесь принадлежит не только лоббистам, а в значительной мере юристам, которые нашли лазейку в антидемпинговом законодательстве: поставка урана – это не поставка товара, а услуга.

Иначе обстояло дело с лоббированием вступления России в ВТО. На этом примере хорошо видна роль американских групп интересов и то, какое они могут оказать влияние на процесс лоббирования, если интересы сторон в определённый момент совпадают. Лоббировал российско-американские переговоры по ВТО Альфа-банк. Если учесть, что российские банки всегда были большими скептиками вступления России в ВТО, то приходится сделать вывод, что Аль-

фа-банк работал по просьбе российских властей. Это была трудная победа, она стоила немалых средств – 3,48 млн. долл. – и растянулась на девять лет [16]. Деньги, истраченные на лоббистов, долго не приносили результата. С одной стороны, у России были союзники – мощные группы экономических интересов: американские производители мяса кур, компании «Боинг», «Хьюлет-Паккард». Другие группы интересов – Американская ассоциация кинокомпаний (МРАА), Американская ассоциация звукозаписи (RIAA), «Майкрософт» – в качестве условия вступления в ВТО требовали от России сначала выполнения обязательств по защите американской интеллектуальной собственности. С другой стороны, внутри США была группа лиц с консервативными политическими интересами, желавшая сохранить рычаг давления на Россию в виде поправки Джексона – Вэника. Эта группа хотела увязать сотрудничество с Россией и ответственность за нарушения прав человека. Её возглавляли сенатор Б. Кардин и старший член бюджетного комитета Палаты представителей С. Левин, который настаивал, что торговля между США и Россией должна рассматриваться как нечто большее, чем просто бизнес. Как это было в случае с Китаем.

Но без отмены поправки Джексона – Вэника и предоставления России статуса нормального торгового партнёра (*Permanent Normalized Trade Relations – PNTR*) американские компании не могли воспользоваться преимуществами от вступления России в ВТО. Главными агитаторами в Сенате за предоставление России статуса PNTR были председатель комитета по финансам сенатор М. Бокус и старший член того же комитета сенатор О. Хэтч. Смысл их аргументов сводился к одному: «Вступление России в ВТО – это подарок для американских предприятий, рабочих, фермеров...» [14]. В конце 2011 г. Бокус приезжал в Россию, встречался с президентом Медведевым. За 2012 г. он выступал в Конгрессе более 30 раз и говорил с небольшими вариациями одно: в США будут новые тысячи рабочих мест, в ближайшие пять лет американский экспорт в Россию увеличится вдвое. Дело сдвинулось, когда выход для противоположной силы был найден в виде отдельного «закона Магнитского», но упомянутого рядом с PNTR. То есть одна противоположная сила была исключена из параллелограмма сил, а интересы других участников были использованы в своих целях. Сенатор Бокус даже заявил, что поправка Джексона – Вэника стоит на пути американских фермеров и рабочих. Через их интересы была выражена цель лоббистов: дать России статус нормального торгового партнёра и закончить длинную историю с её вхождением в ВТО. В Палате представителей за скорейшее решение вопроса почти с теми же аргументами выступал председатель бюджетного комитета Д. Кэмп [15]*.

Из истории с лоббированием вступления России в ВТО хорошо видно, насколько огромное (если не сказать ключевое) значение имеет представление самого лоббируемого документа и целей лоббирования (или контрлоббирования) в политическом классе и в общественном мнении таким образом, чтобы они соответствовали интересам США.

Перед кризисом 2007–2008 гг., когда скупка американских активов российскими сырьевыми компаниями вызывала у властей США беспокойство, контраргумента было два: либо скупка делается управляемыми Кремлём компания-

*Таким образом, результат лоббистов R (Rus WTO) был выражен через интерес других участников, других сил, например фермеров f (I Amer ferm): $R \text{ Lob (Rus WTO)} = f \text{ (I Amer ferm)}$.

ми и является угрозой стратегическим интересам США, либо это бизнес, связанный с мафией, отмывает криминальные деньги. То же подтвердил в апреле 2008 г. генеральный прокурор М. Макаси, который, комментируя скупку американских активов компаниями из России и стран Центральной Азии, заявил, что появление представителей преступного мира в энергетике и на рынке стратегического сырья «может оказать дестабилизирующее влияние на геополитические интересы США» [3].

Анализ негативного опыта

Жертвой обвинений в связях с преступным сообществом в своё время стал металлургический магнат О. Дерипаска, чья корпорация «Базовый элемент» приобрела 5% акций «Дженерал моторс». В 2006 г. Госдепартамент США дезавуировал его визу. В мае 2009 г. Дерипаска заключил контракт с вашингтонской консалтинговой фирмой «Индевор групп» (*Endeavor Group*) на «консалтинговые услуги по вопросам получения американской визы, а также по вопросам в сфере коммерческих трансакций», чьи услуги стоили 40 тыс. долл. в месяц. Дерипаска всё-таки получил американскую визу как председатель российской части делового консультативного совета АТЭС. Но суммарные расходы на визовые проблемы Дерипаски составили более 1,5 млн. долларов [21].

Обвинения в коррупции и связях с мафией после кризиса 2008 г. сменились в устах американских контролlobбистов другим аргументом: американские деньги должны работать на американцев. В 2009 г. компания «Северсталь» проиграла борьбу за госкредиты правительства США на модернизацию сталелитейного комбината «Северсталь Диборн» (*Severstal Dearborn*) в Мичигане, приобретённого в 2004 г. Сначала «Северстали» удалось пролоббировать решение в Министерстве экономики США. Но против предоставления кредита «Северстали» в размере 730 млн. долл. выступил конгрессмен Д. Айсса, глава комитета по надзору за работой правительства в Палате представителей. В письме министру энергетики конгрессмен напирал на то, что, во-первых, «Северсталь» уже готова была выпускать новый стальной лист, когда был предоставлен кредит. Во-вторых, утверждал конгрессмен, кредитная программа США задумана для помощи именно американским автопроизводителям в преодолении кризиса. Компании А. Мордашова не помогли даже специально нанятые лоббисты – известная юридическая компания «Кларк Хилл ПЛС» (*Clark Hill PLC*). Министерство экономики, через которое действовали лоббисты «Северстали» сначала оправдывалось, что кредит даст новый стальной лист и сделает американских автопроизводителей более конкурентоспособными. Но когда против кредита «Северстали» выступили сенатор из Индианы Д. Коутс и сенатор из Пенсильвании П. Туми, которые утверждали, что подобная сталь уже выпускается на заводах в их штатах, Министерство экономики США сдалось. Коутс приветствовал отказ в кредите «Северстали», сказав, что решение было благом для сталеваров Индианы и Пенсильвании [9].

Если бы на месте «Северстали» была другая американская компания, то сенаторы и конгрессмены от Мичигана сказали бы своё слово в Конгрессе. «Северсталь» не выстроила взаимоотношений с сенаторами и конгрессменами от Мичигана, не участвовала в их избирательной кампании, т.е. не создала и не использовала инфраструктуру давления. Компания не сумела придать лоб-

бированию собственных интересов выгодное представление в публичном пространстве. Хотя противоположная сторона действовала именно в этом направлении. Никто бы не назвал сенаторов и конгрессменов от Мичигана агентами Москвы, если бы представление их целей лоббирования строилось на двух аргументах: компания «Северсталь» создаёт рабочие места в Мичигане, но она работает на всех американцев, ведь её заводы поставляют на рынок США 40% стального листа.

Похожим образом, не прибегая к внешним инструментам лоббирования, проиграла лоббистскую схватку компания «Норильский никель», владевшая с 2003 г. 51% акций корпорации «Стилвотер майнинг» (*Stillwater Mining*) – крупнейшего в США производителя палладия и платины. Эти металлы закупала «Дженерал моторс» для производства катализаторов в глушителях автомобилей. Но когда в 2008 г. в результате кризиса акции «Дженерал моторс» перешли к правительству США, сенатор от Монтаны Дж. Тестер и губернатор штата Монтана Б. Швейцер заявили, что американские автопроизводители должны иметь дело с американскими поставщиками. В 2010 г. «Норникель» пришлось продать долю в «Стилвотер майнинг» за 900 млн. долл. [7]. И сразу после этого «Дженерал моторс» возобновила договор о поставках палладия со «Стилвотер майнинг». «Норникель» проиграл лоббистам своих конкурентов. «Стилвотер майнинг», крупнейшая компания в Монтане, не использовала рычаги внешнего давления ни на одной из публичных площадок. Ни в комиссии, ни в комитете Конгресса, ни в легислатуре штата, ни через акции общественного давления не было попыток построить лоббистскую кампанию на увязке электоральных интересов конгрессменов штата, экономических интересов самого штата и интересов избирателей, прежде всего в рабочих местах. Формуле «американские налогоплательщики спасают «Дженерал моторс», а не российских олигархов» следовало противопоставить кампанию под лозунгом «американские налогоплательщики спасают всю американскую экономику, а не только «Дженерал моторс».

Лоббирование антироссийских интересов

Ещё большую роль представление целей лоббирования в общественном пространстве играет, когда принимаемое решение имеет внешнеполитический контекст и затрагивает интересы политических участников. Это можно наблюдать на лоббировании групп антироссийских интересов. Перед тем, как телекомпания НТВ перешла от В. Гусинского к «Газпрому», её прежний собственник пытался нажать на российские власти при помощи США. «Старое» НТВ лоббировало через фирму «Скваэр Паттон Боггс» принятие Конгрессом резолюции №128 и законопроекта №2121 «О демократии в России» (2001–2002 гг.). Однако никакого дальнейшего влияния на Москву эта резолюция не имела, так как в тот момент это не отвечало интересам США в отношении России.

Но вот в 2005 г. начинается борьба бывших акционеров ЮКОСа и Менатепа (*GML – Group Menatep Limited*) и группы «Американские держатели акций нефтяной компании ЮКОС» против властей России за остатки активов империи М. Ходорковского и компенсацию потерянных активов. Их расходы на лоббистов составили к концу 2013 г. 4140 млн. долл. После того как арбитражный суд Москвы признал задолженность нефтяного концерна ЮКОС в 492

млрд. руб. и объявил компанию банкротом, акционеры ЮКОСа – «ЮКОС универсал» (*Yukos Universal*) и «Хьюлли энтерпрайзиз» (*Hulley Enterprises*), которым принадлежит 51% акций – потребовали от России возместить ущерб в 28,3 млрд. долл. К ним присоединился фонд «Ветеран петролиум» (*Veteran Petroleum*) (10% акций), и сумма требований возросла до 33,1 млрд. долл. Иск о компенсации обесценения акций ЮКОСа в результате банкротства компании был подан в Гаагский суд. А в Вашингтоне бывшие акционеры банка «Менатеп» наняли лоббистскую фирму «Кавингтон энд Бёрлинг» (*Covington & Burling*) [19] В её отчёте среди целей лоббирования указаны: «помощь правительству США в получении от России компенсаций американским акционерам ЮКОСа, гражданские права и свободы, верховенство закона в России». Указаны лоббируемые инстанции: кроме Сената, Палаты представителей, также Госдеп и СНБ США. Почти одновременно юридическое подразделение «Кавингтон энд Бёрлинг» от лица 12 американских акционеров ЮКОСа подало иск в окружной суд Округа Колумбия. Ответчиками были названы: Россия, «Газпром», «Газпромнефть», «Роснефть», «Роснефтегаз» и руководители этих компаний. Рассмотрение дело ЮКОСа в Конгрессе должно было послужить косвенным подтверждением обоснованности требований Менатеп в Гаагском суде. Менатеп увеличил сумму своего иска в Гаагском суде до 50 млрд. долл. В Вашингтоне были наняты еще две лоббистские фирмы – «Гринберг трауринг ЛЛП» (*Grinberg Trauring LLP*) и «Барнс энд Торнбург ЛЛП» (*Barnes & Thornburg LLP*). С 2003 по 2011 г. на их услуги истрачено 1,38 млн. долларов.

Экономические интересы бывших акционеров ЮКОСа в процессе лоббирования были представлены в плоскости конфронтации США и России. Сразу после вынесения приговора Ходорковскому в 2005 г. сенаторы Дж. Байден, Б. Обама и Дж. Маккейн внесли в Сенат резолюцию №322, в которой дела в отношении Ходорковского и Лебедева названы «политически мотивированными». Аналогичную резолюцию № 525 конгрессмены Р. Викар и Т. Лантос внесли в Палату представителей. Смысл её повторяет резолюция Сената: российская судебная система является инструментом Кремля. Затем сенаторы Р. Викарс и Б. Карден вносят в Сенат резолюцию, признающую Ходорковского незаконно осуждённым, а приговор политически мотивированным случаем избирательного ареста и судебного преследования. Аналогичная резолюция №327 принимается Конгрессом в 2011 г. Здесь антироссийские интересы большинства американских политиков совпадают с интересами Менатеп, что облегчает лоббирование.

В 2011 г. сенатор от штата Миссисипи Р. Викарс заявляет в Сенате, что международные суды не признают конфискации ЮКОСа. Законные владельцы – «Менатеп» – могут требовать за их захваченные активы от российского государства 100 млрд. долл. [12]. Затем сенатор Р. Викарс сослался на решение второго трибунала международного арбитража в Стокгольме, который признал обоснованными претензии миноритарного акционера ЮКОСа – компании «РОСИНВЕСТ» (*RosInvest Co*), зарегистрированной в Великобритании, – в размере 3,5 млн. долл. к российскому правительству. В 2014 г. третейский суд в Гааге признал справедливыми требования Менатеп к России в размере 50 млрд. долл. Продолжение этой истории мы наблюдаем сейчас, когда власти Франции и Бельгии пытаются арестовывать российскую собственность в обеспечение иска. Такая же перспектива открывается в судах США.

Можно заключить, что по сравнению с лоббированием прежнего собственника НТВ, бывшие собственники ЮКОСа добились лоббированием большего. И в том и в другом случае лоббирование использовало представление частных интересов через идеологические – защиту демократии, свободы, прав человека. Но спустя 10 лет конфронтация в отношениях США и России стала открытой, а идеологическое представление интересов лоббирования – более эффективным. В этом смысле заслуживают внимания попытки лоббирования в США украинских групп интересов. В 2012 г. президент Украины В. Янукович ещё не был вычеркнут из американской стратегии в отношении Украины и не был свергнут, а украинская оппозиция требовала освобождения бывшего премьера Ю. Тимошенко. Всё, чего добились муж бывшего премьер-министра Украины Александр Тимошенко и «Европейский центр современной Украины», заплатив американским лоббистам (табл. 1) более 700 тыс. долл., это были две резолюции S.RES.466. и H.RES.730 с призывом освободить из тюрьмы Тимошенко плюс приглашения дочери Ю. Тимошенко, Евгении, на молитвенный завтрак с президентом Б. Обамой в числе других 5 тыс. гостей. Дочь Тимошенко поговорила на завтраке с госсекретарем Х. Клинтон, а пресс-служба Белого дома заявила, что администрация Белого дома разочарована заключением Ю. Тимошенко. А её судебное преследование было названо политически мотивированным. Но никаких изменений в отношениях с президентом Януковичем это не повлекло: США ещё делали на него ставку.

Формы и механизмы представления интересов при лоббировании

Эффективные примеры представления целей лоббирования дают сами американские лоббисты. Это не только лоббирование статуса нормальных торговых отношений с Россией во благо американских фермеров при вступлении России в ВТО. В случае израильского лобби это политическая мантра: «Израиль защищает интересы США на Ближнем Востоке». Снятие экономических санкций с Китая в 2001 г. и согласие США на его вступление в ВТО прошло по формуле «американские товары продвигают демократию»*. Стоит вспомнить и слушания в сенатском Комитете по иностранным делам в июне 2008 г. на тему «Государственные инвестиционные фонды: внешнеполитические последствия в эру новых денег». Когда зашла речь о Российском фонде национального благосостояния с активами в 32 млрд. долл., профессор Колумбийского университета Дж. Бхагвати, признав изменения в России в недемократическом направлении, всё же успокоил по поводу инвестиций из таких стран. Они дают заработать американским инвестиционным банкам, утверждал он. А профессор университета Тафта Д. Дрезнер вообще заявил, что в недемократичности подобных стран есть плюс: там сильны антиамериканские настроения, а в случае демократического управления эти страны в США инвестировать не будут [5]. Находясь в Москве, такие аргументы трудно придумать.

Вторым ключевым элементом лоббирования, наряду с представлением интересов в идеологическом и общественном пространстве, является инфра-

*То есть цель лоббирования R (Lob Chin-WTO) была выражена через идеологический интерес США: $R(\text{Lob Chin-WTO}) = f(I \text{ Amer. ideolog.})$.

структура лоббирования – т.е. через какие группы, структуры институты и давление и представление интересов происходит.

В условиях идеологического и политического противостояния приходится лоббировать Ирану. В чём-то ситуация может быть сравнима с российской. Представить нужные Ирану решения в таком виде, в котором они не будут противоречить интересам США, практически невозможно. Но Иран ищет решения. Группой давления здесь выступает иранская диаспора в США, которая формально ратует за обновлённый светский демократический Иран. Ирано-Американское сообщество Северной Калифорнии (аналогичные отделения появляются и в других штатах) официально провозглашает себя голосом угнетённых иранцев, но выступает против любого военного вмешательства в Иран*. Также мы видим, что не только способ представления целей лоббирования имеет значение, но имеет значение и само представительство группы интересов, инфраструктура лоббирования. Речь идёт о создании публичного профиля: *кто добивается, чего и какими средствами*. В схожей ситуации находится и Азербайджан. Его интересы связаны с конфликтом с Арменией из-за Нагорного Карабаха. Главная цель – вернуть этот район всеми средствами, в том числе и военными, для чего необходимо невмешательство США. Но США почти целиком на стороне Армении. Ещё в 1992 г. Конгресс принял «Акт в поддержку свободы», который запрещает прямую финансовую помощь США Азербайджану. Тем не менее, в США зарегистрирован комитет политических действий «Альянс Азербайджан – США». А в Конгрессе создана «рабочая группа по Азербайджану», в составе которой уже 61 конгрессмен**.

Наиболее важным здесь является юридическая форма представления интересов, насколько она безупречна с точки зрения законов США и насколько эта структура связана с группой интересов (указывает на неё, ангажирована ею). Закон «О регистрации иностранных агентов» 1938 г. обязывает генерального прокурора представлять отчёты о характере, источниках и содержании материалов, распространённых агентами иностранных руководителей Конгрессу и правительству США. А юридических (и физических) лиц, в том числе и лоббистов, действующих в интересах иностранных властей, подавать такие в Министерство юстиции США. В этой отчётности можно обнаружить активность множества групп интересов, в том числе и российских, которые не оставили заметного следа в лоббистских отчётах.

Так, агентами ООО «Газпром экспорт» в 2013–2014 гг. [23] были юридические компании «Кетчум инк.» (*Ketchum Inc.*), «Винейбл ЛЛП» (*Venable LLP*) и «Кларк энд Вайншток» (*Clark & Weinstock*). На их услуги дочка «Газпрома» истратила в 2013 г. 6 329 млн. долл., а в 2014 г. 3 771 млн. долл., в основном деньги пошли на поддержку отношений с прессой и информационные услуги. Числится в иностранных агентах и само правительство РФ, которое заплатило двум юридическим фирмам – «Элстон энд Бёрд ЛЛП» (*Alston & Bird LLP*) и «Кетчум инк.» (*Ketchum Inc.*) – в 2013 г. 3 738 млн. долл., а в 2014 г. – 1 595 млн. долл. Сюда также вошли информационные услуги: связи с мировыми

* В данном случае формула приобретает вид: $R\ Lob\ (Iran) = f\ (I\ dem.\ Iran\ -USA)$.

** Азербайджанскому лобби противостоит в США куда более влиятельное армянское лобби. Армения лоббирует свои интересы через Армянский национальный комитет Америки (*Armenian National Cmte of America*).

СМИ по освещению пресс-конференций и интервью российских официальных лиц. Указаны контакты с пресс-секретарём премьер-министра Н. Тимаковой, пресс-секретарём президента РФ Д. Песковым, освещение визита вице-преьера И. Шувалова, контакты относительно статьи президента В. Путина, различные аспекты российско-американских отношений, освещение Саммита G-20, Открытого форума инноваций, контакты с участниками Валдайского дискуссионного форума, распространение информации о деятельности Газпрома и его пресс-релизов. Тем не менее, это скорее имеет отношение к связям с общественностью, чем к лоббированию.

В лоббистском процессе связь между группами интересов и структурами, представляющими (способствующими, выражающими) цели лоббирования, должна быть скрыта. Если за лоббированием российских интересов стоит Газпром и подобная связь очевидна, то результатом будет компрометация лоббирования. Это откроет возможность контрлоббирования группам противоположных интересов, в том числе политических и идеологических.

Проблемы инфраструктуры лоббирования для российских групп интересов

После принятия антироссийских экономических санкций в 2014 г. в связи с украинским кризисом против санкций активизировалось лоббирование российских групп интересов. В лоббистских отчётах появилось подтверждение [20] найма Газпромбанком двух бывших сенаторов Т. Лотта и Дж. Брова в качестве лоббистов от фирмы «Скваэр Паттон Боггс» после того, как американское Казначейство добавило банк в список российских компаний, которым запрещено заимствование в США. После того, как общественная организация «Центр за общественное единство» (*Center for Public Integrity*) привлекла внимание к этой информации, началась публичная критика бывших сенаторов, они были вынуждены заявить, что «больше не ожидают, что будут действовать как лоббисты» Газпромбанка [10]. Своё участие они не отрицали, но представили, будто их втянули чуть ли не обманом.

Также известно, что нефтегазовая компания «Новатек», тоже попав под санкции, наняла пиар-фирму «Корвис МСЛ ЛЛС» (*Qorvis MSL LLC*) в целях лоббирования администрации Белого дома и Конгресса [11]. Эта фирма известна лоббированием интересов Бахрейна, Саудовской Аравии, Гвинеи, Фиджи и Курдистана. Однако есть основания полагать, что и в случае «Новатека», и в случае Газпромбанка лоббирование происходило по старым шаблонам с прежней эффективностью. Наивно было полагать, что, заплатив американским лоббистам, можно убрать из Конгресса под сукно закон «О предотвращении российской агрессии» (*S.2277, Russian Aggression Prevention Act of 2014*). То, что «сенаторы-лоббисты» Дж. Бров и Т. Лотт поспешили откреститься от российских клиентов, (что в общественном мнении лоббирование выглядит как рука Кремля, в том числе благодаря организациям, подобным «Центру за общественное единство»), объясняет, что российские группы интересов по-прежнему не используют публичные инструменты лоббирования и представления интересов.

В особом положении оказался Космический центр им. Хруничева. Он избежал санкционного запрета на продажу электронных компонентов для спутников при помощи лоббистской фирмы «Мэдисон групп» (*Madison Group*). Во-

первых, Центр им. Хруничева был тесно связан с американскими научными кругами, с Национальным космическим агентством США НАСА (NASA), с Международной космической станцией. От кооперации с Россией НАСА не отказывалось и фактически выступало союзником. Во-вторых, лоббисты использовали идею о том, что запрет на приобретение американских электронных компонентов сделает невозможным выведение в космос с помощью ракеты «Протон» полезной нагрузки в интересах США. Формально клиентом американских лоббистов являлась зарегистрированная в США компания «Интернешнл ланч сервисиз» (*International Launch Services, ILS*).

Для анализа процесса лоббирования в математической форме может быть использована «теория непосредственного действия» Т. Парсонса [4, с. 61]. Она увязывает изменение ситуации с действиями участников в условиях определённых обстоятельств при достижении поставленной цели. Вводятся понятия «цель», «средства», «условия» и «единица действия». Состояние системы Z, от которой заинтересованные группы ожидают нужного решения, определяется суммой действий отдельных акторов A1, A2, An+1, среди которых будут и лоббисты, и законодатели, и группы интересов как со стороны лоббирующих акторов, так и со стороны акторов, лоббирующих противоположное решение. Состояние системы Z также будет определяться элементарными отношениями Rel единичных актов в системе, а также отношений актов в системах такой сложности, когда единичные акты группируются в одну или множество более широких организованных единиц на уровне актора-индивида Ri. Также на Z будут влиять отношения, возникающих на основе связей индивидов как членов социальных групп Re*.

В случае лоббирования российскими группами интересов первостепенное значение может иметь показатель Rel, который отвечает за отношения единичных актов в системе. Чем больше будет независимых публичных актов лоббирования (голосов), тем меньше будет возможностей у противоположных групп политического давления. Каждый из таких голосов, призывающих Конгресс отказаться от давления на Россию, должен представлять идею лоббирования (почему США невыгодно давить на Россию), а также иметь публичный профиль, отвечающий на три вопроса: *кто* предлагает, *почему* он это делает и *аффилирован ли он с Россией*. Что касается *идей*, то они существуют в самом американском политическом классе: например, «санкции толкают Россию к союзу с Китаем, которым США не смогут противостоять одновременно», или «российская элита продажна и лучший способ оторвать её от Кремля – сделать это через экономическую экспансию и подкуп». Примеры публичных профилей даёт нам лоббистский рынок США. Наиболее влиятельные из них

* Изменение ситуации выражается общей формулой $Z = (A_1 + A_2 + A_{n+1}) + Rel + R_i + Re$, а сам акт действия $A = S(T, t, i) + E(T, t, i) + N(T, t, i)$, где S - ситуация, E - цель, N - стандарт выбора средств. Выбор средств непосредственно связан с тем, как видит актор ситуацию, и то, какую цель ставит. И сама цель (выбор наиболее реалистичной, или промежуточной) и выбор средств – по сути, стратегии лоббирования – будет зависеть от ряда других параметров. Насколько акторы располагают верными данными. Если это научно обоснованное знание T, то оно будет выражаться через верифицируемые факты F и логически правильные дедукции L. Возможно, что актор обладает знанием t, не отвечающим критериям обоснованности, но это знание принимается актором за таковое. Среди таких ненаучных элементов могут быть утверждения f, ошибочно принимаемые за факты, и логически ошибочные выводы l, i – нормативные элементы, определяющие представление актора о действенности выбранных мер.

можно разделить на: экспертные сообщества (*think tanks*)*; организации, посвященные борьбе за общественное благо**; и преследующие идеологические цели***. Все эти структуры в лоббистском процессе играют роль «третьей стороны». Они могут быть наняты, а могут представлять специально созданные структуры, которые скрывают своё аффилирование, или действуют через другие группы давления, скупая их.

Обязательным элементом инфраструктуры лоббирования являются «вашиingtonские представительства». В США их имеют только НПО «Энергия» и «Техснабэкспорт» от Росатома. Представительства развивают личные контакты с элитами, дают публичную и специальную информацию, в том числе Конгрессу, отслеживают принятие затрагивающих интересы решений и ведут мониторинг действий конкурентов. Но при непрямом лоббировании интересы представляют и специальные структуры. Они задают нужные дискурсы (любые дискурсы вместо навязанных группами противоположных интересов)****. Какие дискурсы могут быть полезны в лоббировании российских интересов? Не только евроскептики могут требовать роспуска Еуросоюза. Не только греческие профсоюзы и британские СМИ могут развивать дискурс: «Что не удалось Третьему Рейху – удалось Меркель!» [1]. Это примеры «фасадов», за которыми могут быть российские интересы. Если в США есть политический комитет «Против милитаризма» (*Against Militarism, CAM*) – «Нет никакому военному вмешательству», то комитет «Американцы против третьей мировой войны!» вполне мог бы быть фасадом для лоббирования российских интересов.

Выводы

Таким образом, попытки лоббирования российских групп интересов по-прежнему имеют невысокие шансы на успех по следующим причинам:

- нет влиятельных экономических или политических союзников внутри США;
- российские интересы не выражены таким образом, чтобы совпадать с интересами США или отдельных американских акторов;
- не выстроена система представительства интересов, не создана инфраструктура лоббирования, в том числе идеологическая.

*Американский совет по науке и здоровью, Центр пищевых и сельскохозяйственных исследований, Институт Гувера, Институт Хадсона, Институт экономических отношений.

**Центр за свободу потребителя (*Center for Consumer Freedom*), «Опасность для потребителя» (*Consumer Alert*), Центр за защиту от неограниченной рекламы (*Center for the Defense of Free Enterprise*), Европейский форум по науке и окружающей среде (*European Science and Environment Forum*), «За пищевую безопасность» (*Foodsecurity.net*).

***Конгресс за расовое равенство (*Congress of Racial Equality*), Проект экономических прав человека (*Economic Human Rights Project*), Институт свободы (*Liberty Institute*), Негосударственная организация контроля (*NGO Watch*), Институт идей (*Institute of Ideas*), Конгресс за расовое равенство (*Congress of Racial Equality*), Проект экономических прав человека (*Economic Human Rights Project*), Живой марксизм (*Living Marxism*).

****В США есть группы одной цели, узкого дискурса: Africa Direct – отрицание геноцида в Руанде; Феминистки за справедливость (*Feminists for Justice*) – никаких законов об изнасиловании на свидании; Irish Freedom Movement (IFM) – нет мирному процессу в отношении с Британией; Сутяжническое общество (*The Litigious Society*) – нет ограничениям компенсаций; London International Research Exchange (LIRE) – отрицание сербских злодеяний; Workers Against Racism (WAR) – нет любым ограничениям иммиграции; Transport Research Group – да большим дорогам!

Дискурсы, меняющие отношение к России в США, являются самой большой проблемой, выходящей за рамки лоббизма. Это вопрос выстраивания российского влияния через некоммерческие (и коммерческие) структуры в США. Основой таких дискурсов могут быть любые факты, вызывающие позитивную или нейтральную каннотацию в американском общественном сознании: Лев Толстой, Чехов, Шостакович, фильмы Тарковского, советская фотография, Русская Америка, визит Хрущёва в США, Америка и советская индустриализация, Второй фронт, война против Японии, совместный полёт «Союз – Аполлон». Дискурсы внедряются не только вербально, но и организационно. Они могут быть реализованы через фонды, музеи, библиотеки, премии, академии, политические комитеты. Кстати, десятки отставных политиков, сенаторов, конгрессменов, деятелей искусства и науки, которые симпатизируют России [2], при определённых условиях могут использоваться в инфраструктуре лоббирования. Нельзя не использовать диаспоральную среду. Русскоязычная община Америки насчитывает в своих рядах около 3 млн. граждан США. В интересах лоббирования российских интересов присутствие в США самых различных групп российских граждан (обучение, работа по контракту, постоянное место жительства, бизнес-командировки, культурные связи) может только приветствоваться. В системе представительства интересов России они не должны рассматриваться как активные агенты. Они помогают сместить дискурс с парадигмы «Россия – враг». Могут приветствоваться любые дискурсы, которые они будут вызывать, чем меньше они будут ассоциироваться с «заказом Москвы». Ближайшей точкой позитивной каннотации американского общественного мнения к России остаётся горбачёвская «перестройка»^{*} Что касается идейной основы лоббирования российских интересов, то это может быть идея конвергенции политических систем, активно развивавшаяся американской политологической школой с 1960-х по 1980-е годы (в том числе её придерживался и Зб. Бжезинский [8]). Идея конвергенции утверждает, что отличия между американской и советской (а теперь можно добавить – и российской) политической системами, у руля которых стоят элиты, постепенно сокращаются. И по мере развития системы будут сближаться.

В перспективе эффективность лоббирования в политическом пространстве США для внешних групп интересов будет зависеть от следующих обстоятельств: во-первых, от числа участников-союзников, через интерес которых будут представлены цели лоббирования; во-вторых, от количества и влияния институтов представительства интересов (культурных, гуманитарных, исторически-просветительских, образовательных, научных, коммерческих), которые обеспечивают информацией о ситуации, создают выгодные обстоятельства в общественном и политическом мнении, легитимизируют контакт с законодателями; в-третьих, от электоральной опоры на диаспору или группы избирателей в отдельных округах, мобилизованных общими интересами; в-четвёртых, от финансирования выборов кампаний законодателей не напрямую, а через

^{*}Позитивным визуальным мемом может считаться образ Ивана Данко, русского милиционера, борца с наркомафией, сыгранного А. Шварценеггером в фильме «Красная жара» (1988 г.), который помогал Америке в борьбе с наркомафией и был направлен в США, чтобы отомстить за смерть одного из своих коллег и привезти в Россию его убийцу. Этими же позитивными коннотациями объясняется обращение к А. Шварценеггеру спустя 20 лет, в период «перезагрузки» при открытии Инновационного центра «Сколково».

агитацию и рекламу общественных целей их политической повестки, т.е. эффективность будет зависеть от системы представительства интересов.

Список литературы

1. Ангелу Меркель в Греции называли дочерью Гитлера / Euromag: все о Европе (<http://www.euromag.ru/greece/18274.html>, accessed 18.09.2015).
2. *Молотов И.* Госдеп рекомендовал актерам из США не афишировать симпатию к России / «Известия», 15.08.2014.
3. На Западе начато расследование действий Олега Дерипаски / «Известия», 13.10.2008.
4. *Парсонс Т.* О структуре социального действия. Москва: Академический Проект, 2000. 880 с. Гл. 2, с. 61–63 [Russ. ed.: Parsons, T., O strukturesocial'nogo dejstviya. – М.: Akademicheskij Proekt, 2000. 880 s.].
5. *Перегудов С., Уткин А., Костяев С.* Лоббизм российского бизнеса в США и ЕС: эволюция и перспективы, Москва: ИСКРАН, 2009, 65 с.
6. Agreement between the Government of the United States of America and the Government of the Russian Federation for Cooperation in the Field of Peaceful Uses of Nuclear Energy. Available at: <http://www.state.gov/documents/organization/160815.pdf> (accessed 30.09.2015).
7. *Brown M.* Stillwater Mining to supply palladium for GM cars again, (A.P.), Available at: <http://www.testersenate.gov/?p=news&id=681> (accessed 30.09.2015).
8. *Brzezinski Z., Huntington S.* Political Power: USA/USSR, New York: Viking Press, 1963.
9. *Carty S.S.* Dan Coats, Indiana Senator, Lobbied For Energy Department Loans He Later Criticized / The Huffington Post, 09.03.2009. Available at: http://www.huffingtonpost.com/2012/03/09/daniel-coats-lobbied-doe-loans-energy-severstal_n_1335115.html (accessed 13.12.2014).
10. The Center for Public Integrity, Cohen A. Ex-senators Breaux and Lott confirm lobbying for Russian bank on Ukraine sanctions. Available at: <http://www.publicintegrity.org/2014/10/21/15994/ex-senators-breaux-and-lott-confirm-lobbying-russian-bank-ukraine-sanctions> (accessed 30.09.2015).
11. The Center for Public Integrity, Russian bank hires two former U.S. senators, U.S. sanctions against Russia are becoming a boon for Washington's lobbyists. Available at: <http://www.publicintegrity.org/2014/09/02/15450/russian-bank-hires-two-former-us-senators> (accessed 30.09.2015).
12. Congressional Record, United States of America, Proceedings and Debates of The 112th Congress, First Session, S2721. Available at: <http://www.gpo.gov/fdsys/pkg/CREC-2011-05-05/pdf/CREC-2011-05-05-senate.pdf> (accessed 30.09.2015).
13. CRS Report for Congress, U.S.-Russian Civilian Nuclear Cooperation. Agreement: Issues for Congress; Available at: <http://fas.org/sgp/crs/nuke/RS22892.pdf> (accessed 30.09.2015).
14. Press Release: Baucus Says Jackson-Vanik Repeal, Russia PNTR Will Boost Exports, Create U.S. Jobs. Available at: <http://www.finance.senate.gov/newsroom/chairman/release/?id=9e7ca5c8-496a-4cd4-b8ea-473d8b03b0be> (accessed 30.09.2015).
15. Press Releases: Opening Statement of Ranking Member Sander Levin at Hearing on Russia's WTO Accession and Granting Permanent Normal Trade Relations. Available at: <http://democrats.waysandmeans.house.gov/press-release/opening-statement-ranking-member-sander-levin-hearing-russia%E2%80%99s-wto-accession-and> (accessed 30.09.2015).
16. Secretary of the Senate, Office of Public Records (the lobbying registrations (LD-1) and reports (LD-2)), Available at: <http://soprweb.senate.gov/index.cfm?event=processSearchCriteria> (accessed 30.06.2015).

17. Secretary of the Senate, Office of Public Records, Lobbying Report.. Available at: <http://soprweb.senate.gov/index.cfm?event=getFilingDetails&filingID=e688aa91-ec27-4bbe-8fb8-1af39241aabb&filingTypeID=69> (accessed 30.09.2015).
18. Secretary of the Senate, Office of Public Records, Lobbying Report, Available at: <http://soprweb.senate.gov/index.cfm?event=getFilingDetails&filingID=85eea3d2-5074-445b-a758-79d8cf280bfc&filingTypeID=12> (accessed 30.09.2015).
19. Secretary of the Senate, Office of Public Records, Lobbying Report. Available at: <http://soprweb.senate.gov/index.cfm?event=getFilingDetails&filingID=ee87a79d-9271-4ace-bd58-de83e9d87853&filingTypeID=51> (accessed 30.09.2015).
20. Secretary of the Senate, Office of Public Records, Lobbying Report. Available at: <http://soprweb.senate.gov/index.cfm?event=getFilingDetails&filingID=ae4a0165-5995-40ff-9218-a56779b513c8&filingTypeID=69> (accessed 30.09.2015).
21. *Simpson G.R.* and Schmidt S. Russia's Deripaska Faces Western Investigations" // The Wall Street Journal, 10.10.2008.
22. Speeches & Floor Statements, What the U.S. Should Really Fear About Nuclear Power. From the U.S. Chamber of Commerce: Institute for 21st Century Energy. Available at: <http://www.alexander.senate.gov/public/index.cfm/speechesfloorstatements?ID=f35fab8c-17bc-44a2-a4f5-f881a0da1366> (accessed 18.09.2015).
23. U.S. Department of Justice, the FARA Registration Unit Public Office. Available at: http://www.fara.gov/reports/SAR_JUNE_2013.pdf (accessed 10.04.2015);
24. United States Senate, Query the Lobbying Disclosure Act Database (<http://soprweb.senate.gov/index.cfm?event=selectFields&reset=1>, accessed 18.09.2015).
25. Written Testimony of John K. Welch, U.S. Senate Energy & Natural Resources Committee, 5.03.2008. Available at: http://www.energy.senate.gov/public/index.cfm/files/serve?File_id=9a393292-b186-ad0c-daac-33b385a82eeb (accessed 21.09.2015).

Pro-Russian and Anti-Russian Lobbying in the USA

(USA ❖ Canada Journal, 2016, no. 3, p. 101-116)

Received 17.10.2015.

GRAFOV Dmitry Borisovich (graftvc@mail.ru)

*The article is about how Russian interest groups try to lobby on the ground of the Capitol, White House and Government. It is concluded that for lobbying interests the main point will be the representation of the interests in the political and public spaces and the creating of advocacy and lobbying infrastructure. Therefore, the effectiveness of lobbying will depend on some key factors. The number of actors-allies, the number of the influence institutions and groups of interest representation such as cultural, humanitarian, historical, educational, scientific, commercial must provide the information about situation, create favorable circumstances in public and political opinion, legitimize contact with legislators. The support of the legislators election campaign, the ties with Diaspora groups of voters should be based on the common interests. The funding of legislators election campaigns may be more effective and smart not directly, but through political advertising their goals and agenda. **Key-words:** USA, Russia, lobbying, lobby, interest groups, Capitol, House of representatives, Senat, White House, representation of the interests, lobbying infrastructure.*

About the author:

GRAFOV Dmitry Borisovich, Cand. Sci. (Polit.)