

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

*На правах рукописи*



Сергунин Александр Александрович

**ЛОББИЗМ КАК ГЛОБАЛЬНЫЙ ФЕНОМЕН:  
СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ НОВЕЙШИХ ЛОББИСТСКИХ ПРАКТИК  
В США, ВЕЛИКОБРИТАНИИ И РОССИИ**

23.00.04 – Политические проблемы международных отношений, глобального и регионального развития

АВТОРЕФЕРАТ  
диссертации на соискание ученой степени кандидата политических наук

9 июня 2011

Санкт – Петербург  
2011



4849512

Работа выполнена на кафедре теории политики факультета международных отношений Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского.

Научный руководитель: доктор политических наук, профессор  
**Рыхтик Михаил Иванович**

Официальные оппоненты: доктор политических наук, профессор  
кафедры мировых политических процессов  
факультета политологии СПбГУ  
**Ланцов Сергей Алексеевич**

кандидат политических наук, доцент  
кафедры прикладной политологии  
Санкт-Петербургского филиала  
ГУ Высшая школа экономики  
**Виноградова Татьяна Ивановна**

Ведущая организация: **МГИМО (У) МИД РФ**

Защита состоится «24» июня 2011 г. в 17:00 часов на заседании Совета Д 212.232.65 по защите докторских и кандидатских диссертаций при Санкт-Петербургском государственном университете по адресу: 191060, Санкт-Петербург, ул. Смольного 1/3, подъезд 8, факультет международных отношений СПбГУ, ауд. 124.

С диссертацией можно ознакомиться в Научной библиотеке им. М. Горького Санкт-Петербургского государственного университета (199034, Санкт-Петербург, Университетская набережная д.7/9).

Автореферат разослан «18» 05 2011 г.

Ученый секретарь  
диссертационного совета,  
кандидат исторических наук,  
доцент

Д.И. Портнягин

## **1. Общая характеристика работы**

**Актуальность темы** заключается в том, что лоббизм и активность групп интересов являются важнейшей частью политического процесса любого государства, т.е. к настоящему времени лоббизм превратился в глобальную политическую практику. При этом, в каждой стране факторы, определяющие особенности лоббирования, существенно различаются и ведут к созданию уникальных условий существования этого общественно-политического института. Эти условия, в свою очередь, диктуют уникальные методики и способы воздействия, применяемые группами интересов по всему миру в попытках достичь своих целей. Описанная ситуация не уникальна и известна достаточно давно. Однако на современном этапе развития мирового сообщества она начинает ощутимо влиять на существование и деятельность государственных аппаратов и отдельных общественных групп, в частности бизнеса.

К сожалению, приходится констатировать, что в ситуации, когда бизнес и некоторые другие группы интересов ведут операции в глобальном масштабе, а, значит, повсеместно сталкиваются с разными национальными государствами и вынуждены локально согласовывать свои интересы, и научная общественность, и практики оказываются без инструментов системного анализа института лоббирования. Отсутствие универсальных инструментов оценки и прогноза в области лоббистской деятельности приводит к повышенным рискам финансового и имиджевого характера для всех участников лоббирования, а также к невозможности контролировать институт лоббирования со стороны общества.

Данная ситуация, на наш взгляд, сложилась не только из-за неготовности национальных общественно-политических институтов реагировать на глобальные вызовы, но и из-за определенной инертности и несогласованности действий научного сообщества в части изучения деятельности групп интересов

и лоббирования на глобальном уровне. Инертность выражается в том, что многие исследования сосредоточены все на тех же аспектах лоббирования, что и десятки лет назад. Несогласованность проявляется и в отсутствии консенсуса по понятию лоббизма, а также нежелании четко разграничить его со смежными терминами.

На фоне определенной понятийно-терминологической неразберихи по вопросам лоббизма в мировом исследовательском сообществе ярко выступает актуальный запрос со стороны групп интересов на простую, надежную и гибкую парадигму взглядов, которая бы позволила ориентироваться на мировом рынке лоббистских услуг и практик.<sup>1</sup>

Например, российский бизнес, выходя на мировую арену, и завоевывая себе новые рынки, вынужден сталкиваться с сопротивлением со стороны своих западных «коллег», для которых давно привычным инструментом конкуренции является лоббирование. Как показывают последние исследования, на квалифицированный лоббизм нашим компаниям ответить нечем, что является скорее результатом непонимания, чем намеренно ошибочной стратегии<sup>2</sup>.

С другой стороны, иностранные компании, пытаясь действовать на российской политической арене в привычном для себя ключе, почти неизменно терпят неудачи, выраженные в упущеных прибылях и прямых финансовых потерях. Причиной тому служит незнание российского рынка лоббирования и преувеличенное или ложное заключение о его коррумпированности<sup>3</sup>.

Принимая во внимание вышеописанные проблемы, мы считаем, что необходимость переосмыслить подходы к институту лоббирования и уточнить

---

<sup>1</sup> Евсеев, В.А., Мухин, Ф.Р. Закон «о лоббировании»: состояние общественной дискуссии и ее перспективы // Аналитическая записка по результатам заседания Комитета Ассоциации менеджеров по отношениям с органами власти. - 11 февраля 2005 г. - <http://www.amr.ru/research/analit/detail.php?ID=3266>

<sup>2</sup> Lobbying in Russia 2010. Communication Group Minchenko Consulting presentation. 15.12.2010 // [http://stratagema.org/publications/lobby/item\\_758.html](http://stratagema.org/publications/lobby/item_758.html)

<sup>3</sup> KESAREV CONSULTING: 2010. State of Government Affairs in Russia: From Jungle to FCPA/UKBA Compliance. - 20.12.2010. – Paris: EU-Russia Lobbying Roundtable // [http://stratagema.org/publications/lobby/item\\_763.html](http://stratagema.org/publications/lobby/item_763.html).

его место в политическом процессе как на глобальном уровне, так и в отдельных странах мира давно назрела и является актуальной.

**Степень научной разработанности проблемы.** Историография – отечественная и зарубежная - лоббизма весьма обширна. Общие вопросы и характеристики лоббизма традиционно находили отражение в трудах ученых-политологов, в частности, по теории представительства групп интересов и теории принятия политических решений. Имеются также многочисленные труды, посвященные исключительно лоббизму как общественно-политическому институту или отдельным аспектам его организации и деятельности.

Основы изучения взаимодействия элит и их ротации были заложены в классических трудах В. Парето<sup>4</sup>, Г. Моски<sup>5</sup>, Р. Михельса<sup>6</sup>. Общая теория представительства интересов развивалась благодаря работам А. Бентли<sup>7</sup> и Р.Даля<sup>8</sup>. Современными исследователями, оставившими значимый вклад в развитие теории групп интересов, стали Дж. Копстайн<sup>9</sup>, Т. Лоуи<sup>10</sup> и, в особенности, британский теоретик Д. Маккей<sup>11</sup>. Значительное влияние на взгляды автора данного исследования также оказали труды американского социолога Г. Рейнгольда<sup>12</sup> касающиеся исследований малых и спонтанно образующихся групп интересов, а так же изучения глобальных процессов в социологии малых групп.

---

<sup>4</sup> Pareto. V. The Rise and Fall of Elites: An Application of Theoretical Sociology.- London: Transaction Publishers, 1991.

<sup>5</sup> Mosca. G. Ruling Class.- NY: McGraw-Hill Inc., 1960.

<sup>6</sup> Michels. R. Political Parties: A Sociological Study Of The Oligarchical Tendencies Of Modern Democracy.- Washington: Kessinger Publishing, LLC, 2010.

<sup>7</sup> Bentley A. The Process of Government: A Study of Social Pressures.- London: Transaction Publishers, 1984.

<sup>8</sup> Dahl, R. A Preface to Democratic Theory.- Chicago: University Of Chicago Press.- 2006.

<sup>9</sup> Kopstein, J., Lichbach, M. Comparative politics: interests, identities, and institutions in a changing global order/ 2nd ed.- London: Cambridge University Press, 2005.

<sup>10</sup> Lowi, Th.J, Ginsberg, B. American Government: Freedom and Power.- NY: W. W. Norton/ 8th edition, March 24, 2006.

<sup>11</sup> McKay, D. Politics and Power in the USA.- NY: Penguin Books, 1987.

<sup>12</sup> Rheingold, H. Smart Mobs: The Next Social Revolution. –N.Y: Basic Books, 2002.

Классические труды, посвященные изучению лоббизма и построению первых общих теорий в этой области, принадлежат К. Шрифтгейсеру<sup>13</sup>, У. Гранту<sup>14</sup> и Р. Даю<sup>15</sup>. Заметна в этой области исследований и роль российских ученых. Например, в работах Н.Г. Зяблика<sup>16</sup> попытки классифицировать методы лоббизма встречаются значительно раньше, чем у западных коллег. Велико влияние советской школы политологии также и на изучение особенностей лоббирования отдельными группами интересов. Изучение военного лобби нашло отражение в трудах В.Н. Даниленко<sup>17</sup>, Г.Н. Цагалова<sup>18</sup> и А.В. Бурсова<sup>19</sup>, бизнес-лобби в работах Н.Г. Зяблика, этнических и национальных лоббистских групп в публикациях нижегородских ученых О.А. Колобова и А.А. Сергунина<sup>20</sup>.

Важным направлением в исследовании лоббизма всегда являлось рассмотрение законодательного регулирования и сопутствующих лоббированию норм и правил взаимодействия парламентом. Флагманами этой области исследования являются Т. Лоуи, Б. Гинзберг<sup>21</sup>, К. Додд и Б. Оппенхаймер<sup>22</sup>. Особенно необходимо выделить ценность трудов В. Олезека.<sup>23</sup> Книги этого автора с начала девяностых годов двадцатого века являются

---

<sup>13</sup> Schriftgiesser, K. The Lobbyists.- Boston - Little, Brown and Co, 1951.

<sup>14</sup> Grant, W. Pressure Groups, Politics, and Democracy in Britain.- London: Phillip Allan, 1989.

<sup>15</sup> Dahl, R. Pluralist Democracy in The United States: Conflict and Consent Rand.- McNally & Company, 1968.

<sup>16</sup> Зяблик, Н.Г. Государство и малый бизнес США.- М: Наука, 1987.

<sup>17</sup> Даниленко, В.Н. Империализм: деньги и политика.- М: Международные отношения, 1985.

<sup>18</sup> Цагалов, Г.Н. Миллиарды на оружие.- М: Мысль, 1986.

<sup>19</sup> Бурсов, А.В., Подберезкин, А.И. Лоббисты катастрофы (О военно-промышленном комплексе США). - М.: Московский рабочий, 1987.

<sup>20</sup> Колобов О.А., Сергинин А.А. Суперлобби. Н.Новгород: Фонд стратегической инициативы, 1993; Колобов О.А., Корнилов А.А., Макарычев, А.С., Сергинин А.А. Процесс принятия внешнеполитических решений: исторический опыт США, государства Израиль и стран Западной Европы. Н.Новгород: Издательство ИНГУ, 1992.

<sup>21</sup> Lowi, Th.J. Ginsberg, B. American Government: Freedom and Power.- NY: W. W. Norton/ 8th edition, March 24, 2006.

<sup>22</sup> Dodd, L., Oppenheimer, B. Congress Reconsidered /9th edition.- Washigton: CQ Press, 2008.

<sup>23</sup> Oleszek, W. Congressional Procedures and the Policy Process / 8th edition.- Washington: CQ Press, 2010.

настольным справочником по поведению в Конгрессе для многих лоббистов и законодателей в США.

Современный этап изучения лоббизма отличается большим вниманием к рассмотрению особенностей данного политического института в каждой отдельной стране. Теоретиков, посвящающих работы общей теории не так много. Наиболее значимыми из них являются труды уже упоминавшегося Д. Маккея.

Среди современных исследователей лоббизма в США выделяются работы Г. Пила, К. Бэйли, Б. Кейна<sup>24</sup>. Сложно переоценить вклад Л. Лессига<sup>25</sup> с его работами о влиянии на лоббизм американской судебной системы и СМИ. Влияние СМИ как группы интересов подробно описано в трудах П. Гольдштейна.<sup>26</sup>

Исследования в Великобритании представлены как отдельными трудами ученых, например, Дж. Ковей, Л. Брауна<sup>27</sup>, К. Малоуни<sup>28</sup>, С. Дэли<sup>29</sup>, Д. Уаттса<sup>30</sup> и Н. Смита<sup>31</sup>, так и углубленными исследованиями специализированных институтов. Ведущим учреждением, занятым изучением лобби, является «Общество Хнаард». Особенно стоит отметить представителей данного института Ф. Парвина и Д. Макхью<sup>32</sup>, чьи труды в очень значительной степени раскрывают особенности работы лоббизма в Великобритании.

---

<sup>24</sup> Peele, G., Bailey, C.J., Cain, B. *Developments in American Politics / 6th edition.* - NY: Palgrave Macmillan, 2010.

<sup>25</sup> Lessig, L., *Free culture : how big media uses technology and the law to lock down culture and control creativity.* - New York : Penguin Press, 2004.

<sup>26</sup> Goldstein, P. *Copyright's Highway: From Gutenberg to the Celestial Jukebox.*- Stanford: Stanford University Press, 2003.

<sup>27</sup> Covey, J., Brown, L. D., *Critical Cooperation: An Alternative Form of Civil Society-Business Engagement.*- Cambridge, Mass, 2001.

<sup>28</sup> Maloney, K. *Re-Thinking Public Relations: PR Propaganda and Democracy.*- Routledge, 2006.

<sup>29</sup> Daly, S. *For the Common Good? The Changing Role of Civil Society in the UK and Ireland.*- London: Carnegie UK Trust, 2006.

<sup>30</sup> Watts, D., *Pressure Groups.*- Edinburgh: Edinburgh University Press, 2007.

<sup>31</sup> Smith, N. *UK Parties and Pressure Groups.*- London: Philip Allan, 2007.

<sup>32</sup> McHugh, D., Parvin, P. *Neglecting Democracy: Participation and Representation in 21st Century Britain.*- London: Hansard Society, 2005.

Ведущими исследователями российской практики лоббизма, безусловно, являются три современных ученых А.С. Автономов<sup>33</sup>, А.П. Любимов<sup>34</sup> и Н.Г. Зяблюк<sup>35</sup>. Работы А.С. Автономова носят комплексный характер в области законодательного регулирования лобби и истории развития данного общественного института в России. Он также исследовал современные методы лоббирования, используемые в российской практике. Книги А.П. Любимова особенно ценны при рассмотрении практических аспектов лоббирования в современной России и с точки зрения исследования взаимодействия лоббизма и коррупции. Фундаментальные труды Н.Г. Зяблюка во многом сформировали взгляды автора на структурный подход к изучению лоббизма.

Важные аспекты взаимодействия власти и групп интересов изучаются также в работах А.В. Паврода<sup>36</sup>, С.П. Перегудова, Н.Ю. Лапиной и И.С. Семененко,<sup>37</sup> а также Т. И. Виноградовой.<sup>38</sup>

Не менее важными, чем труды теоретиков отечественной науки, представляются и публикации практиков от молодой индустрии лоббизма - П.А. Толстых<sup>39</sup>, Е.Н. Минченко<sup>40</sup>, Д. Султанова<sup>41</sup> и др. В работах данных ученых оперативно и точно подмечаются последние тенденции развития российской практики лоббирования.

Труды российских молодых ученых также внесли существенный вклад в исследование изучаемой проблемы. Диссертации по тематике «лоббизм»,

<sup>33</sup> Автономов, А.С. Азбука лоббирования. – М.: ИРИС, 2004.

<sup>34</sup> Любимов, А.П. История лоббизма в России. – М.: Фонд «Либеральная миссия», 2005.

<sup>35</sup> Зяблюк, Н.Г. Лоббизм в процессе принятия решений по вопросам внешней политики США. - М.: ИСКРАН, 1979.

<sup>36</sup> Паврод, А.В. Группы интересов и лоббизм в политике. – СПб.: СПбГУ, 2006.

<sup>37</sup> Перегудов, С. П., Лапина, Н. Ю., Семененко, И. С. Группы интересов и Российское государство. – М.: Эдиториал УРСС, 1999.

<sup>38</sup> См., например: Виноградова Т.И. Лоббирование как социальная технология. // В сборнике «На пути к публичной политике: 10 лет Стратегии». – Санкт-Петербург: «Норма». 2003.

<sup>39</sup> Толстых, П.А. GR. Практикум по лоббизму в России. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2007.

<sup>40</sup> Минченко, Е.Н. Современные тенденции в технологиях лоббизма. 21.05.2004 // [http://www.stratagema.org/publications/lobby/item\\_68.html](http://www.stratagema.org/publications/lobby/item_68.html)

<sup>41</sup> Султанов, Д. Лоббизм: Как это делается в России. 07 июля 2005 // <http://www.ladno.ru/technology/2068.htm>

зашитченные в течение последнего десятилетия, в основном, касались законодательного регулирования лобби (например, труды А.Б. Белоусова<sup>42</sup>, Е.В. Зверева<sup>43</sup>, В.В. Исакова<sup>44</sup>, А.Л. Кучерова<sup>45</sup>, П.А. Толстых<sup>46</sup>) или взаимодействия бизнес-групп с правительством (например, работы Т.В. Васильева<sup>47</sup>, Э.Н. Волковой<sup>48</sup>, А.Е. Волохова<sup>49</sup>).

Таким образом, современный лоббизм и его конкретные виды и формы имеют многомерный характер. Тем не менее, систематизация и исследование в области современных методик лоббирования на глобальном уровне до сих пор не являлись предметом специального изучения в отечественной науке. Принимая во внимание, отмеченные нами практическую и научную значимость разрабатываемой проблемы, очевидную перспективность ее исследования мы определяем цели и задачи исследования.

Целью данного исследования является выявление наиболее эффективных и универсальных методик лоббирования и анализ причин, которые обусловили их возникновение. Поставленные цели требуют решения следующих исследовательских задач:

---

<sup>42</sup> Белоусов, А.Б. Лоббизм как политическая коммуникация: основы теоретического моделирования / Диссертация на соискание ученой степени канд. полит. наук. - Екатеринбург, 2004.

<sup>43</sup> Зверев, Е.В. Проблема институционализации лоббизма в России / Диссертация на соискание ученой степени канд. полит. наук. - Екатеринбург, 2005.

<sup>44</sup> Исаков, В. В. Конституционно-правовые основы лоббизма в Российской Федерации / Диссертация на соискание ученой степени канд. юрид. наук. - Владивосток, 2004.

<sup>45</sup> Кучеров, А.Л. Правовое регулирование лоббистской деятельности в Российской Федерации / Диссертация на соискание ученой степени канд. юрид. наук. - М.: РАГС, 1998.

<sup>46</sup> Толстых, П.А. Лоббизм в Государственной Думе Федерального Собрания Российской Федерации: структура, технологии, перспективы легитимации / Диссертация на соискание ученой степени канд. полит. наук. – М., 2006.

<sup>47</sup> Васильев, Т.В. Экономический лоббизм в политическом процессе современной России (Анализ основных тенденций) / Диссертация на соискание ученой степени канд. полит. наук. – М., 2004.

<sup>48</sup> Волкова, Э.Н. Особенности воздействия механизма предпринимательского лоббизма на государственное регулирование экономики России / Диссертация на соискание ученой степени канд. экон. наук. – М., 2000.

<sup>49</sup> Волохов, А.Е. Лоббирование как форма участия «третьего сектора» в принятии политических решений региональный уровень / Диссертация на соискание ученой степени канд. социол. наук. – М., 2004.

1. Рассмотреть основные подходы к пониманию феномена лоббизма и выделить термин «лоббизм» из поля смежных понятий;
2. Выделить факторы, влияющие на лоббизм и определяющие его конкретные особенности и формы проявления;
3. Выделить и описать методы, присущие лоббированию на современном этапе его существования;
4. Провести сравнительный анализ институтов лоббирования США, Великобритании и России с учетом выделенных ранее факторов;
5. Установить наиболее информативные маркеры, несущие подробную информацию о лоббистских системах стран;
6. Указать наиболее универсальные способы лоббирования и тенденции в их эволюции;
7. Определить наиболее перспективные темы и направления дальнейших исследований в сфере лоббирования

**Объектом исследования является институт лоббизма как глобальный общественно-политический феномен, предметом исследования - институциональные и технические аспекты лоббирования в США, Великобритании и России в сравнительной перспективе.**

**Хронологические рамки** исследования охватывают период с сороковых годов XX века по настоящее время. Это соответствует периоду существования лобби в современном виде в рамках политических систем изучаемых нами стран.

**Эмпирическая (источниковая) база исследования** составляет комплекс источников различного характера и содержания, которые можно классифицировать следующим образом:

1. *Законодательные акты государства*
  - 1.1. Конституции РФ и США
  - 1.2. Федеральный свод законов США (US Code); Федеральный закон РФ № 273 «О противодействии коррупции».

*2. Документы парламентских органов*

2.1. Официальные записи слушаний в комитетах и комиссиях Конгресса США (Congress hearings)

2.2. Стенограммы пленарных заседаний палат парламента (например, Конгресса США - Congressional Record).

2.3. Аналитические справки и разработки, подготовленные аппаратом парламента или отдельных комитетов по заказу парламентариев (например, справки Исследовательской службы конгресса США).

Документы этой группы являются самыми многочисленными среди источников и наиболее ценными с точки зрения получения практической информации.

*3. Документы органов исполнительной власти* (в основном тех, что контролируют избирательные кампании и налоги).

*4. Документы общественно-политических организаций и движений.*

Особенно ценными документами этой группы являются уставы и ежегодные отчеты лоббистских организаций, например, Американской лоббистской лиги в США или Kesarev Consulting в России.

*5. Документы международных организаций (правительственных и неправительственных).* К этой группе, например, относятся данные организаций Transparency International и Reporters without Borders, используемые в работе для сторонней оценки лоббистской системы различных стран.

*6. Интервью должностных лиц.*

Цели и задачи работы определили **методологические подходы**, использованные в процессе исследования проблемы.

В работе применены общенаучные методы индукции и дедукции, анализа и синтеза на основе которых, строится теоретическая часть работы и ее структура. В первой главе ведущую роль играет системный подход, который позволяет рассмотреть лоббизм как комплексный феномен, зависящий от

множества факторов, и на основании этого выделить его характерные проявления и методы действия на современном этапе. Метод сравнительного анализа играет важнейшую роль в построении практических выводов автора во второй и третьей главах. Исторический подход позволяет наблюдать эволюцию института лоббирования в указанных хронологических рамках, выделять значимые тенденции и строить обоснованные прогнозы на развитие нашей проблематики.

В части специальных политологических методов автор использовал методы контент-анализа и анализа конкретных ситуаций. Контент-анализ помог сформировать выводы, полученные на основании изучения официальных документов и заявлений, научных публикаций и материалов СМИ. Метод анализа конкретных ситуаций широко использован в работе для обработки данных первичных источников, таких как стенограммы слушаний в конгрессе США.

В ходе выполнения данной работы автор придерживался принципов объективности и научной доказательности, требующих сопоставления различных оценок и суждений, использования верифицируемых данных и материалов.

Научная новизна исследования определяется оригинальной постановкой проблемы, не имеющей всесторонней системной разработки в отечественной литературе. В диссертационном исследовании впервые в российской политической науке сделана попытка определить суть феномена лоббизма на современном этапе (эпоха глобализации), уточнить понятийно-терминологический аппарат, используемый в данной сфере исследований, а также выделить ключевые факторы, влияющие на современный лоббизм. Упомянутые факторы в ходе исследования применяются в рамках сравнительного анализа лоббистских систем трех стран: США, Великобритании и России. Подобное сравнительное исследование не имеет аналогов в отечественной историографии и выполнено с привлечением ряда оригинальных

источников, не вводившихся до этого в научный оборот. Сравнительный подход позволяет выделить наиболее универсальные методы лоббирования и проследить причины их формирования.

**Теоретическая и практическая значимость работы** состоит в следующем:

Во-первых, в исследовании уточняются и дополняются существующие знания о методах современного лоббирования, а также о влиянии законодательного регулирования и коррупционного фактора на лоббизм.

Во-вторых, в работе указывается на необходимость расширить привычный круг исследований по тематике лоббизма и намечаются пути, по которым оно может пойти.

В-третьих, данный анализ генерирует большое количество сравнительного материала и содержит результаты обработки значительного пласта первоисточников, что позволяет использовать не только обобщения, содержащиеся в работе, но и найти большое количество практической информации по страновым особенностям лоббизма в США, Великобритании и России.

В-четвертых, работа вносит ясность в терминологически сложный раздел политологии и четко определяет место лоббизма среди сопутствующих терминов, что облегчает дальнейшее изучение данной тематики.

Материалы диссертации могут быть использованы в учебном процессе в преподавании курсов теории международных отношений, политологии, культурологии, страноведения и связей с общественностью.

**На защиту выносятся:**

1. Разработанные автором критерии разделения понятия «лоббизм» и смежных с ним терминов. Феномен лоббизма существует в окружении смежных понятий, состоит с ними в разных отношениях логического включения и подчинения и не может быть всеми трактован однозначно. Основные понятия, с которыми необходимо разделить лоббирование, это Public

Relations, Governmental Relations и Public Affairs. От первого и второго понятий лоббизм отличается по родовидовому признаку. Как PR так и GR являются сферой общего менеджмента коммерческих организаций, лоббизм же есть общественно-политический институт. Public affairs является синонимом понятия лоббизм и применяется в англоязычных исследованиях, чтобы избежать негативной окраски, присущей понятию «лоббизм» в некоторых странах.

2. Выявленные в процессе исследования факторы воздействия на лоббистские системы трех стран. Среди них стоит перечислить территориальное устройство страны, партийную систему, наличие законодательного регулирования, систему СМИ страны, взаимосвязь коррупции и лоббизма, а так же сеть (некоммерческих организаций) НКО, действующую в рамках каждой политической системы.

3. Зафиксированные методики современного лоббирования и их классификация. В работе указывается возможность разделить методики на прямые и косвенные, легальные и нелегальные, частные и государственные. Отмечается так же определенная условность такой типологии, так как на практике все существующие методики используются комплексно, а эффект при лоббировании достигается за счет их синергии.

4. Способы и информационные маркеры, наиболее полезные при исследовании лоббизма. Наибольшее количество важных данных при исследовании лоббизма простейшим способом несут в себе рейтинг восприятия коррупции, приводимый Transparency International и наличие или отсутствие законодательного регулирования в стране. Объем затраченных на лоббирование средств и количество официально зарегистрированных лоббистских организаций так же несут важную информацию, но эти данные не всегда доступны. Перспективными информационными маркерами являются территориальное устройство страны и сеть НКО, но ввиду малой

исследованности они играют пока лишь вспомогательную роль при анализе лоббистской системы той или иной страны.

5. Перечень наиболее универсальных и действенных методик лоббирования с указаниями по их использованию. Среди всех рассмотренных методик независимо от страны проявления наиболее сильные результаты при лоббировании показали: прямые встречи с законодателями и снабжение информацией, ротация элит, или «политика вращающихся дверей» и лоббирование через отраслевые ассоциации. Первая методика, очевидно, имеет большое влияние благодаря глобально укоренившимся представлениям о месте лоббизма и его роли в политическом процессе. Лоббистов и их информацию, законопроекты ждут и готовы выслушать. Ротация элит так же является классическим методом лоббирования, при этом она имеет новое измерение в современных условиях. В обмен кадрами с государством включается не только бизнес, но и академическая элита. Рост влияния отраслевых ассоциаций связывается с повышением конкуренции на рынке лоббистских услуг, его усложнением и интенсификацией лоббистской игры. Ассоциации готовят для депутатов группового переговорщика, что благоприятно воспринимается законодателями.

6. Прогноз и оценка перспективности дальнейших исследований в области лоббирования, анализ возможных факторов, затрудняющих и облегчающих подобные исследования. Автор полагает, что переключение усилий научной общественности с исследований лишь только коррупционной составляющей лоббизма и влияния на него законодательного регулирования позволит не только значительно углубить знание о лоббизме как о глобальном общественно-политическом феномене, но и сделать его более прозрачным, поставить его под контроль. Представляется возможным создание автоматизированных аналитических и рекомендательных систем для изучения лоббизма. Прогнозируется спрос на подобные решения со стороны бизнеса как группы интересов. Вместе с тем, автор указывает на определенные сложности

на пути реализации подобных проектов. Среди них стоит выделить потенциальную дороговизну исследований и низкую начальную точность прогнозов.

**Апробация работы.** Автором опубликовал ряд статей, в которых излагались основные теоретические посылки и практические выводы работы. Опубликованы 6 статей, из которых 3 - в изданиях, рекомендованных Высшей аттестационной комиссией Российской Федерации. Основные результаты исследования получили отражение в сообщениях автора на различных научных конференциях и семинарах.

Автор использовал материалы исследования в учебном процессе, в частности, при проведении лекционных и семинарских занятий для студентов факультета международных отношений Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского в 2010-2011 годах.

*Структура диссертации* определяется целью и задачами исследования и включает введение, три главы, разделенных на параграфы, заключение, список использованных источников и литературы.

## **2. Основное содержание работы**

**Во введении** обосновывается актуальность выбранной темы, характеризуется степень разработанности проблемы, определяются цель и задачи, объект и предмет исследования, его теоретико-методологические рамки,дается обзор источниковой базы работы, выделяются научная новизна, теоретическая и практическая значимость исследования, а также формулируются его основные положения, выносимые на защиту.

**Первая глава** «Системный подход к анализу лоббизма: локальные особенности и глобальные последствия», задает теоретические рамки исследования. Для этого, в *первом параграфе* данной главы автор описывает

принцип разделения понятия «лоббирование» со смежными терминами *Public Relations*, *Governmental Relations*, *Public affairs*.

Лоббизм - это и корректирующий, и контролирующий механизм гражданского общества по отношению к государству, механизм обратной связи между ними. Так как само понятие обратной связи и моделей коммуникации характерно скорее для PR, то, вероятно, из-за этого данной дисциплине в последние годы и приписываю основную «нагрузку» по изучению лоббизма. При этом, такой подход не совсем корректен, так как лоббизм лишь применяет нормальные, не специфические, широко распространенные техники индивидуальной и массовой коммуникации в области политического, часто для достижения неполитических целей.

Учитывая вышеуказанное противоречие, современная практика выработала разделение на GR и лоббизм. Фактически, оба термина относятся к деятельности той общей группы специалистов, под которой раньше подразумевали лоббистов. Однако, усложняющаяся реальность лоббирования, рост профессионализации в этой области, продиктовали указанное нами разделение. По своей сути, теперь под ярлыком GR работают «внутренние», «домашние» лоббисты организаций, а под термином «лоббист» выступают «внешние» для среды фирмы эксперты и профессионалы. Ни лоббизм, ни GR не включают в себя смежное понятие: каждый из видов деятельности имеет четкие особенности, дополняющие возможности друг друга. GR не является новым государственным или общественным институтом. GR есть лишь режим функционирования и вид занятости определенных специалистов по лоббированию.

Существует также ряд понятий, таких как Public Affairs или Public Policy, которые чаще всего просто являются эвфемизмом понятия «лоббизм» (особенно в тех странах, где оно имеет негативную коннотацию). Эти же термины призваны, зачастую, подчеркнуть наличие у лоббистов

дополнительных, и относительно новых для них задач по гармонизации собственных отношений с обществом.

Существуют различные трактовки понятия «лоббизм», но ни одна из них не может дать всеобъемлющего понимания данного термина. Как правило, этого не требуется, так как каждое из определений призвано описать реальность конкретной лоббистской системы. В том случае, если мы хотим максимально точно охарактеризовать лоббистскую систему той или иной страны мы должны подходить к вопросу комплексно и учитывать влияние на нее ряда ключевых факторов.

*Во втором параграфе главы* выделяются и описываются черты лоббизма как глобального общественно-политического феномена. В частности отмечается, что лоббизм исторически был связан с глобальными процессами и международными отношениями. Например, первый в истории закон, регулирующий деятельность лоббистов, был связан именно с ограничением действий дипломатов и иностранных агентов в США.<sup>50</sup> Ситуация принципиально не изменилась с тех пор: существует значительное количество групп интересов, действующих на глобальном уровне. К ним, прежде всего, относятся как национальные государства, так и, в последние годы, крупные ТНК. Кроме того, необходимо отметить, что лоббизм давно зарекомендовал себя универсальной практикой, признанной и применяемой глобально, и встает в один ряд с другими признанными инструментами ведения международных дел, такими как, например, посредничество в мирном урегулировании. Некоторые техники лоббизма применимы лишь локально, другие, представляющие особый интерес для автора, являются универсальными. В данном параграфе подчеркивается, что локальный характер применения методик лоббирования не должен вводить исследователя в заблуждение. Еще одним моментом, подчеркивающим принадлежность лоббизма к числу

---

<sup>50</sup> Foreign Agents Registration Act of 1938 (US CODE Title 22, Chapter 11, Subchapter 2)

глобальных общественно-политических институтов, является современная тенденция к интенсивному росту лоббирования в транснациональных образованиях. Например, лоббирование в ЕС ведется не только на уровне местных правительств, но и на наднациональном уровне.

*В третьем параграфе* главы автор выделяет универсальные факторы, закладывающие особенности лоббизма в политической системе той или иной страны. Среди них называются: территориальное устройство государства, партийная система страны, наличие или отсутствие законодательного регулирования лоббизма, влияние СМИ, уровень коррупции и особенности сети НКО. Данная часть работы определяет методику, используемую для сравнения лоббистских систем США, Великобритании и России, которое имеет место в Главе II.

*В четвертом параграфе* главы описываются общественно-политические функции лоббизма. Учитывая определенную критику, зачастую направленную на институт лоббирования, необходимо отдельно рассмотреть конструктивные черты присущие ему и делающие его важнейшим элементом политической жизни многих стран. Выделяются следующие функции лоббизма: артикуляция интересов, социализация отдельных личностей, оформление политических программ и платформ, информационная функция, избирательная и нормотворческая нагрузка, функции общественного контроля и совершенствования политической системы и, самое главное, - обеспечение обратной связи между обществом и государством.

*В пятом параграфе* анализируются существующие методы лоббирования, обозначаются наиболее распространенные из них и приводятся обоснования их существования. В данной части работы автор намечает дальнейшее направление исследования, определяет круг методов лоббирования, которые могли бы подойти на роль глобальных и универсальных. Как следует из последующего анализа, часть этих положений подтверждается в работе, некоторые же не находят своего подкрепления.

**Во второй главе «Особенности лоббизма в США, Великобритании и России: национальное и глобальное», рассматриваются лоббистские системы этих трех стран. Описание и фиксация особенностей проводится по методу, предложенному в первой главе. Три параграфа главы имеют сходную структуру и описывают, соответственно, лоббистские системы США, Великобритании, и России. Для каждой из стран последовательно рассматривается влияние на ее лоббистскую систему территориального устройства, партийной системы, законодательного регулирования, системы СМИ, коррупции и сети НКО. Каждый из параграфов завершается обзором методик лоббирования, наиболее эффективных в каждой из стран. Целью анализа служит выяснение наиболее используемых и действенных практик лоббизма в стране и поиск причин к этому ведущих.**

**В третьей главе «Сравнительный анализ национальных лоббистских практик в глобализующемся мире», анализируются и сравниваются результаты, полученные во второй главе. На основании этих данных в первом параграфе главы выводятся информационные маркеры, наиболее полезные при исследовании лоббизма на глобальном уровне. Автор указывает на то, что наиболее заметное влияние на особенности лоббистской системы страны оказывали законодательное регулирование и уровень коррупции. В частности, наличие или отсутствие законодательного регулирования позволяет судить о следующих параметрах:**

- является институт лоббизма принятым в стране или нет;
- является ли лоббистская деятельность технически сложной или простой;
- каков уровень риска при ведении лоббистской деятельности на территории государства.

Соответственно, наличие законодательного регулирования говорит о легитимности лобби в стране, усложнении лоббистской деятельности в организациях и сопровождении и снижении уровней риска по коррупции,

имиджу организации и неэффективному лоббированию. Отсутствие законов о лоббировании говорит об обратном.

К сожалению, законодательное регулирование не может быть переработано в некий цифровой показатель, не может служить количественным индикатором развития уровня лобби в стране. В определенном смысле это можно назвать преимуществом, так как индикаторы типа «да\нет», «+/-», воспринимаются интуитивно проще, чем счетные рейтинги, так как в последнем случае нужно быть знакомым с методикой их расчета.

Говоря о пользе такого показателя как уровень коррупции, автор подразумевает его общепринятое измерение через международный рейтинг восприятия коррупции. В упомянутом индексе есть возможность выделять не только общую информацию о коррупционной составляющей в стране, что уже достаточно полезно, но и получать данные по важным для исследования лоббизма сферам жизни общества, таким как коррумпированность политических партий, отдельных социальных групп и институтов (например, выборов). Важнейшим преимуществом, с точки зрения исследователя, является принципиальная возможность сравнить индексы разных стран. Эти цифры, разные, но полученные с помощью одинаковых методик сбора данных, помогают понять разницу между двумя странами.

Заметное влияние на лоббизм в той или иной стране имеют также её территориальное устройство и особенности сети НКО, однако проследить точный характер их воздействия затруднительно ввиду ряда препятствий на пути исследователя. Среди них стоит отметить отсутствие единого способа учета НКО и невозможность собрать статистические данные по соотношению рынка лоббизма стран с их территориальным устройством. Исследования в этой области были бы весьма полезны, но они весьма затратны, и потому не получили финансовой поддержки.

Еще одну группу показателей, полезных при изучении лоббизма, составляют данные об объеме затраченных на лоббирование средств и

количество официально зарегистрированных лоббистских организаций. К сожалению, такие данные не всегда доступны, что несколько снижает их ценность как универсального инструмента исследования.

*Во втором параграфе* автор выделяет ряд универсально употребимых методик лоббирования. К ним относятся прямые встречи (включая подготовку дополнительных материалов по запросу клиентов), ротация элит, лоббирование через отраслевые ассоциации. Необходимо отметить, что если классический способ прямого лоббирования мало изменился за годы существования и хорошо исследован, то оставшиеся два способа демонстрируют новые тенденции развития.

Ротация элит, или «политика вращающихся дверей», получает в последние годы новое измерение в виде обмена кадрами не только между бизнесом и властью, но и другими участниками лоббистской деятельности. В частности, наметилась тенденция к переходу политиков в научные круги и ученых – в политику.

Профессиональные и отраслевые ассоциации существовали в разных странах достаточно давно, но далеко не всегда выступали как активные и успешные лоббисты. Однако, на текущий момент насыщенность лоббистского рынка такова, что парламентариям удобнее вступать в контакт с лоббистами, видя в них некоего «коллективного переговорщика». Именно эту роль на себя и берут указанные организации, защищая интересы своих членов. Рост влияния данного метода лоббирования вписывается в рамки еще одной тенденции, отмеченной в работе. Профессионализм рынка лоббирования растет, что требует участия в нем все большего числа высокоспециализированных работников.

*В третьем параграфе* анализируются перспективы дальнейших исследований в сфере лоббирования. Автор отмечает, что исследование по влиянию коррупции и законодательного регулирования ведутся достаточно интенсивно, являясь традиционными направлениями. С другой стороны,

учитывая необходимость рассматривать лоббирование как глобальный общественно-политический феномен, назрела необходимость подробно исследовать так же и другие факторы, влияющие на лоббизм, в особенности, влияние территориального устройства и сети НКО. Автор отдает отчет в том, что такие исследования являются весьма сложными и дорогостоящими, что очевидно и мешает их проведению. Тем не менее, положительный эффект от подобных исследований мог бы оправдать затраты. Автор предполагает, что интенсивное исследование факторов влияния на лоббизм может привести к созданию автоматизированных систем анализа лоббистской деятельности, что будет оптимальным решением для групп интересов, работающих глобально, в частности для ТНК. Первоначально любая такая система обладала бы весьма посредственной точностью прогноза, но с ее развитием и уточнением математической модели, стоящей за ней, показатели бы значительно улучшились.

В идеале, заказчик исследования получал бы карту рекомендованных методик взаимодействия с локальными государственными структурами, что позволило бы значительно снизить риски неизбежно сопутствующие такого рода мероприятиям.

Преимущества таких систем, сложно переоценить. Для глобального игрока они быстро бы составили важный инструмент планирования бизнеса, наравне с такими системами бухгалтерского учета и менеджмента, как CRM<sup>51</sup> и SAP<sup>52</sup>. Вполне логично было бы предположить, что со временем такие системы стали бы общепризнаны как стандарты качества ISO<sup>53</sup>, а, значит, уже не сами бы работали над изучением политической реальности, а скорее заставляли бы

---

<sup>51</sup> Customer Relation Management – менеджмент отношений с клиентами.

<sup>52</sup> Первоначальное название компании - Systems, Applications & Products in Data Processing. Специализируется на создании программного обеспечения для бухгалтерского учета и менеджмента.

<sup>53</sup> International Organization for Standardization – Международная организация по стандартам.

государственные аппараты стран подстраиваться под себя, что привело бы к росту прозрачности взаимодействия групп интересов и государственных структур.

Отметим, что нынешняя степень изученности тематики лоббизма еще весьма далека от необходимого уровня, технологическая же инфраструктура для активизации исследований в данной области уже готова. На текущий момент уже существуют информационные системы, обсчитывающие и более сложные с точки зрения количества данных поведенческие процессы, вопрос стоит лишь в том, сколько труда необходимо потратить на статистические исследования. Переход к описанной выше системе весьма вероятен в будущем, хотя назвать сроки реализации подобного проекта весьма затруднительно. Стоит так же понимать, что такое аналитическое решение необходимо было бы воспринимать лишь как ценный инструмент управления, но не как истину в последней инстанции, так как ни одна обобщенная логическая модель в обозримом будущем не сможет предсказывать события, основанные на человеческих поступках.

**В заключении** подводятся итоги и формулируются выводы, к которым пришел автор по результатам исследования и которые совпадают с основными положениями, выносимыми на защиту.

Наше исследование, как и любая работа в области общественных дисциплин, не вправе претендовать на абсолютную полноту раскрытия темы и не ставит перед собой задачи дать окончательные ответы на поставленные вопросы. В работе выдвигаются некоторые гипотезы, авторские интерпретации и содержится ряд обобщений, которые впоследствии могут быть подвергнуты обсуждению и дальнейшему анализу.

По теме диссертации автором опубликованы статьи:

*Работы, опубликованные в изданиях, рекомендованных ВАК РФ:*

1. Сергунин А.А. Особенности предпринимательского лоббизма в США/ Сергунин А.А. // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. № 29 (65): Аспирантские тетради: Научный журнал. – СПб., 2008. – 480 с. ISSN 1992-6464
2. Конышев В.Н., Сергунин А.А. Современный предпринимательский лоббизм в США: определение, типология, особенности / Конышев В.Н., Сергунин А.А. // Вестник Санкт-Петербургского университета, серия 6, выпуск 2. – СПб., 2010. - 101 с.
3. Сергунин А.А. Нужен ли России закон о лоббировании? / Сергунин А.А. // Российское предпринимательство, февраль 2011, выпуск 1.- М.- 2011 г. - 170 с.

*Работы, опубликованные в других изданиях:*

4. Сергунин А.А. Современный предпринимательский лоббизм в США / Сергунин А.А. // Коммуникативистика XXI века: актуальные социально-гуманистические проблемы: материалы V Всероссийской научно-практической конференции, 20 марта 2009 г. – Н. Новгород. – 2009 г. – 340 с.
5. Сергунин А.А. Перспективы принятия закона «О лоббировании в России» / Сергунин А.А. // Коммуникативистика XXI века: перспективы развития социально-гуманистического знания: материалы VI Всероссийской научно-практической конференции, 19 марта 2010 г.- Н.Новгород, 2010. - 220 с.
6. Сергунин А.А. Об уточнении понятия «лоббизм» / Сергунин А.А. // Журнал научных публикаций аспирантов и докторантов № 1 (январь 2011).- Курск. - 2011 г. - 87 с.

Подписано в печать 12.05.2011. Формат 60x90/16  
Бумага офсетная. Усл. печ. л. 1  
Тираж 100 экз. Заказ 196

Отпечатано в типографии ООО «Адмирал»  
199048, Санкт-Петербург, В. О., 6-я линия, д. 59 корп. 1, оф. 40Н