

АНГЛО-САКСОНСКАЯ МОДЕЛЬ ЛОББИЗМА

Лоббизм в США

Лекция №4

The New York Times

Copyright, 1930, by The New York Times Company.

NEW YORK, MONDAY, MAY 5, 1930.

WOMAN LEADS FIGHT ON LAUNDRY GANGS TO END TERRORISM

Mrs. T. H. Whitney Is Chosen as
Dictator in Move to Clean
Up Brooklyn Industry.

TO WIPE OUT "RACKET"

M. T. Director Will
thout Pay as a
possibility."

00 TRIBUTE

*1,028 Economists Ask Hoover To Veto Pending Tariff Bill

Professors in 179 Colleges and Other Leaders Assail
Rise in Rates as Harmful to Country and
Sure to Bring Reprisals.

Special to The New York Times.

WASHINGTON, May 4.—Vigorous opposition to passage of the Hawley-Smoot tariff bill is voiced by 1,028 economists, members of the American Economic Association, in a statement presented to President Hoover. Senator Smoot and Representative Hawley by Dr. Claire Wilcox, associate professor of economics at Swarthmore College, and made public here today. They urge the President to veto the measure if Congress passes it.

Economists from forty-six States and 179 colleges, among them Irving Fisher of Yale, Frank W. Taussig

of high tariff proponents that higher rates will give work to the idle. Employment, they state, cannot be increased by restricting trade, and American industry, in "the present crisis, might be spared the burden of adjusting itself to higher schedules of duties."

They urge the administration to give regard to that "bitterness which a policy of higher tariffs would inevitably inject into our international relations."

The text of the statement is: "The undersigned American economists and teachers of economics

ROOSEVELT SUBMITS LONG-RANGE PLAN TO AID EMPLOYMENT

Governor, in a Letter to Local
Executives, Advises Preparing
for Fall and Winter.

"CORNER NOT YET TURNED"

He Offers a Five-Point Program
for Fact-Finding and
Stimulation of Industry

BUILDING GAIN 5'

Усиление госконтроля

Сверхбыстрое накопление частных капиталов в США в середине XIX – начале XX веков привело к попыткам бизнес-сообщества сломать унаследованную от Старого Света систему согласования интересов государства и бизнеса, но вместе с тем стимулировало встречное движение со стороны политического руководства США, направленное на создание системы правовых запретов и ограничений в отношении противозаконных действий бизнесменов.

Смена климата

- Между 1981 и 2004 гг. количество компаний из списка S&P 500, вовлеченных в лоббистскую деятельность, удвоилось. Изменился и состав групп интересов – если до 1980-х гг. серьезную конкуренцию бизнесу составляли профсоюзы и различные объединения гражданского общества, то с 1980-х гг., а особенно с 1990-х гг., наблюдается экспонентный рост групп, представляющих интересы корпоративного бизнеса.
- Drutman L. The Business of America is Lobbying: How Corporations Became Politicized and Politics Became More Corporate. Oxford University Press, 2015.

Усиление корпоративного сектора

- Именно усилением роли корпораций объясняется и увеличение бюджетов лоббистской деятельности – между 1998 и 2010 гг. сумма денег, потраченных корпорациями на продвижение своих интересов в органах власти, увеличилась на 85%, в то время как торговые ассоциации увеличили аналогичные траты на 52%. В итоге, начиная с 2000-х гг., сумма средств, расходуемых корпорациями на лоббизм, начала превышать операционный бюджет всего Конгресса

Бизнес vs гражданское общество

- В целом, на бизнес сегодня приходится около $\frac{3}{4}$ всех расходов на лоббизм в США, в то время как группы интересов гражданского общества и профсоюзов занимают не более 1% рынка

Индустрия лоббизма в США

В 2011 в США было зарегистрировано 12.714 лоббистов, что примерно на 2000 превышает показатель 1998 года.

Объем рынка лоббизма вырос с \$1.44 млрд. в 1998 до \$3.31 в 2013 (\$9 млрд., включая незарегистрированных лоббистов).

Total Lobbying Spending

1998	\$1.45 Billion
1999	\$1.44 Billion
2000	\$1.56 Billion
2001	\$1.63 Billion
2002	\$1.82 Billion
2003	\$2.04 Billion
2004	\$2.18 Billion
2005	\$2.42 Billion
2006	\$2.62 Billion
2007	\$2.86 Billion
2008	\$3.30 Billion
2009	\$3.50 Billion
2010	\$3.55 Billion
2011	\$3.33 Billion
2012	\$3.31 Billion
2013	\$1.61 Billion

Number of Lobbyists*

1998	10,408
1999	12,937
2000	12,537
2001	11,833
2002	12,117
2003	12,915
2004	13,169
2005	14,073
2006	14,499
2007	14,842
2008	14,211
2009	13,797
2010	12,972
2011	12,714
2012	12,407
2013	10,290

Кто такие лоббисты в США?

выполняют
эту
работу без
регистрации
эти
профессии

профессиональные
лоббисты,
работающие
без
регистрации
и уплаты

этих лиц,
лоббистов,
обладающих

связями и
влиянием
и
привлекая



Субъекты лоббизма в США

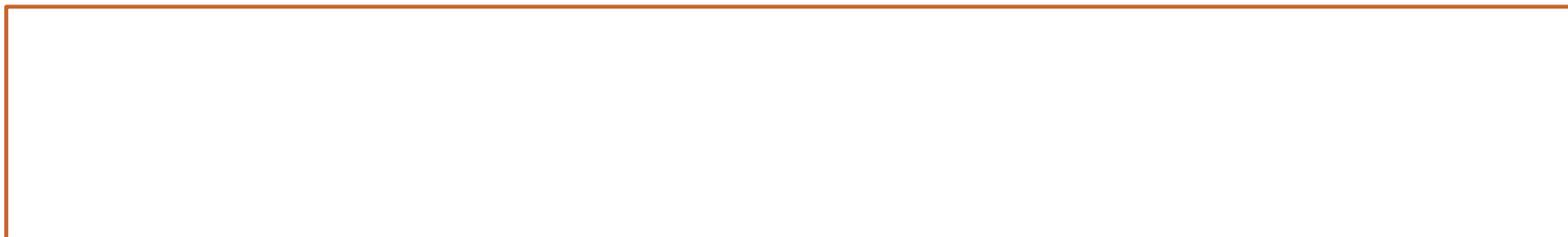
- 1) внешние, или классические, лоббисты (юридические, GR- и PR-фирмы, лоббисты – физические лица) – это классические лоббисты;
- 2) штатные лоббисты (сотрудники GR-отделов);
- 3) лоббисты предпринимательских ассоциаций;
- 4) группы, защищающие общественные интересы;
- 5) профсоюзы.

Лоббистские ассоциации

Отраслевые (trade)

An empty rectangular box with a thin purple border, positioned below the purple text box.

Профессиональные (professional)

An empty rectangular box with a thin orange border, positioned below the orange text box.

Основные цели лоббизма в США

- а) изменение налоговой политики,
- б) получение бюджетных ассигнований (то и другое можно обобщенно объединить понятием «влияние на бюджетный процесс», или государственную фискальную политику»),
- в) воздействие на законодательную деятельность в сфере стандартов производимой продукции и регламентации правил ее сбыта,
- г) взаимоотношения с регулируемыми органами,
- д) поддержка клиента на рынке государственных закупок (на государственных тендерах)

Методы лоббизма

Прямые методы влияния на политиков и чиновников.

Финансирование избирательных кампаний, поддержка партийных фондов.

Финансирование grassroots и astroturfing. Поддержка средств массовой информации, аналитических, исследовательских и PR организаций, которые осуществляют явное или неявное формирование общественного мнения, а также могут «создавать» мнения отдельных чиновников.

Коалиции групп интересов

Групповые коалиции объединяют **группы интересов, которые действуют в одних и тех же сферах принятия решений**, будь-то изменение правил торговли, промышленные стандарты, технические регламенты, экономические нормативы, гражданские права и т.д.

SOPA vs OPEN Act

SOPA

Национальная ассоциация кабельных и телекоммуникационных сетей, Национальная ассоциация владельцев театров, Ассоциация киноискусства Америки, Гильдия режиссеров Америки, Американская федерация музыкантов, Американская федерация телевизионных и радиоведущих, Гильдия киноактеров, Международное братство команд и пр.
Крупные звукозаписывающие и кинокомпании и пр.

OPEN

Mozilla Corporation, Facebook, Electronic Frontier Foundation, Yahoo!, eBay, American Express, reddit, Google, Reporters Without Borders, Human Rights Watch, Wikipedia, Ассоциация потребителей развлекательной продукции и пр.

Структура расходов президентской кампании

- 58.4% — реклама;
- 13.7% — фандрайзинг;
- 8.3% — административные расходы (транспорт, жилье, аренда офисов, IT-инфраструктура, организация штабных мероприятий, еда);
- 7.5% — зарплаты;
- 12.1% — остальное (раздаточные материалы, исследования, опросы, консалтинг и проч.).
- Все полученные и израсходованные деньги должны учитываются в Федеральной избирательной комиссии. Необходимо сообщать обо всех расходах свыше \$200.

Индивидуальные переводы граждан

- Сумма перевода от одного гражданина во время выборов ограничена \$2 700.
- Этап праймериз и основных выборов рассматриваются как разные выборы.
- Гражданин также может перевести деньги в федеральный фонд партии (National Party Committee) не более \$33 400 в год, а также в партийные фонды штата или округа в сумме не более \$10 000 в год.
- Кандидатам разрешено принимать деньги только от граждан США.

Комитеты политических действий

- До 1970-х гг. – зависимые от кандидатов комитеты (кандидаты сами руководят предвыборными кампаниями и контролируют все расходы. КПД играли скорее вспомогательную роль, с их помощью аккумулировались средства со стороны отдельных избирателей, но при этом КПД не были самостоятельными единицами)
- До 2007 перечислять средства в КПД могли только частные лица
- 2007 – дело Citizens United против Федеральной избирательной комиссии
- 2010 – дело Speechnow.org против Федеральной избирательной комиссии (снятие всех ограничений)

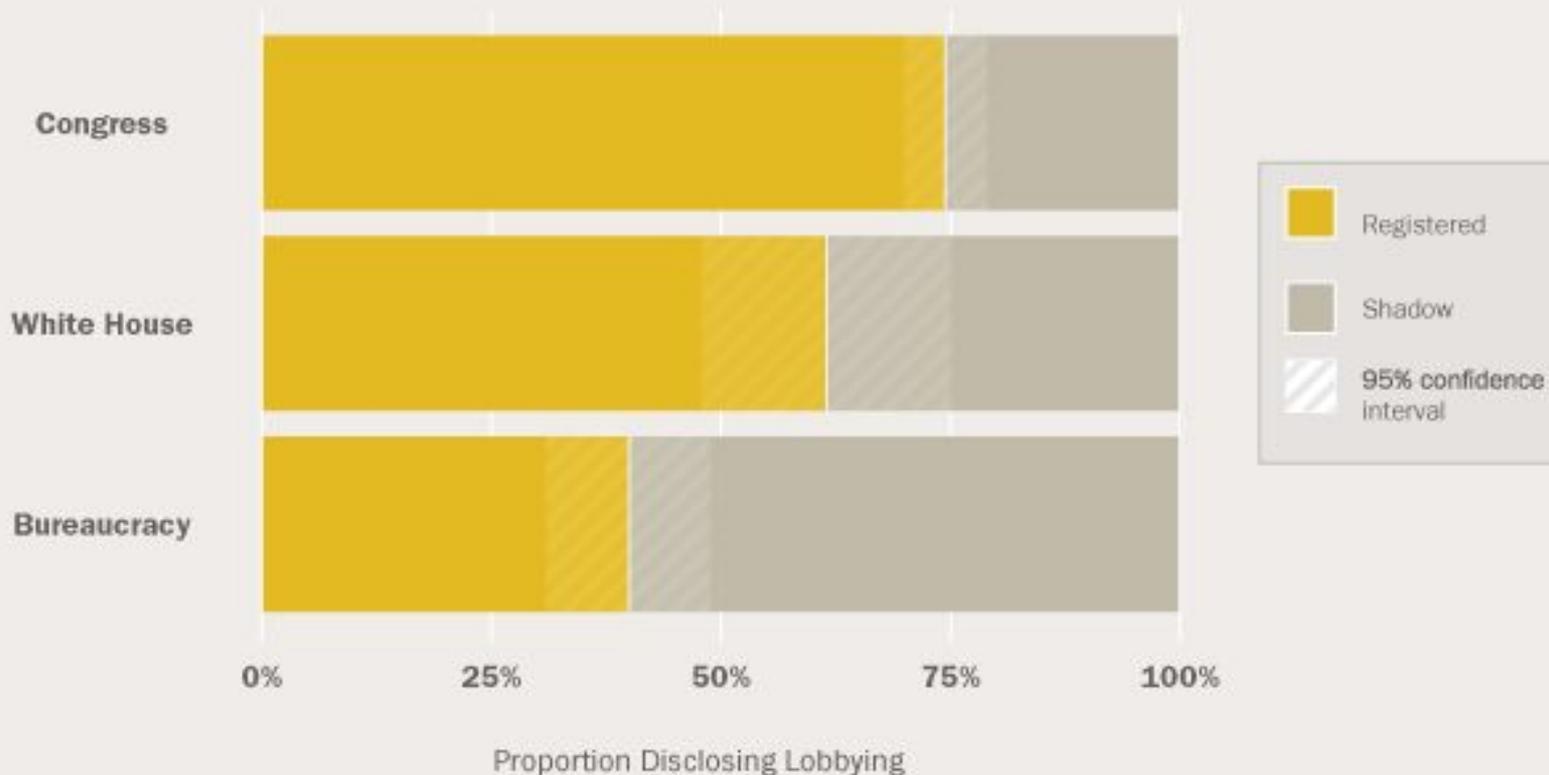
Супер КПД и 501(c)4

- В 2010 г. было зарегистрировано 83 Супер КПД, в 2012 г. 1.310, в 2014 г. – 1.360, а в 2016 г. – 2.408, а количество потраченных средств на кампании увеличилось с \$62 миллионов в 2012 г. до более чем миллиарда в 2016 г. (при накопленных бюджетах почти в \$2 миллиарда)
- С 2010 по 2016 гг. соотношение финансирования со стороны Супер КПД и внутренних партийных фондов составило 2 к 1

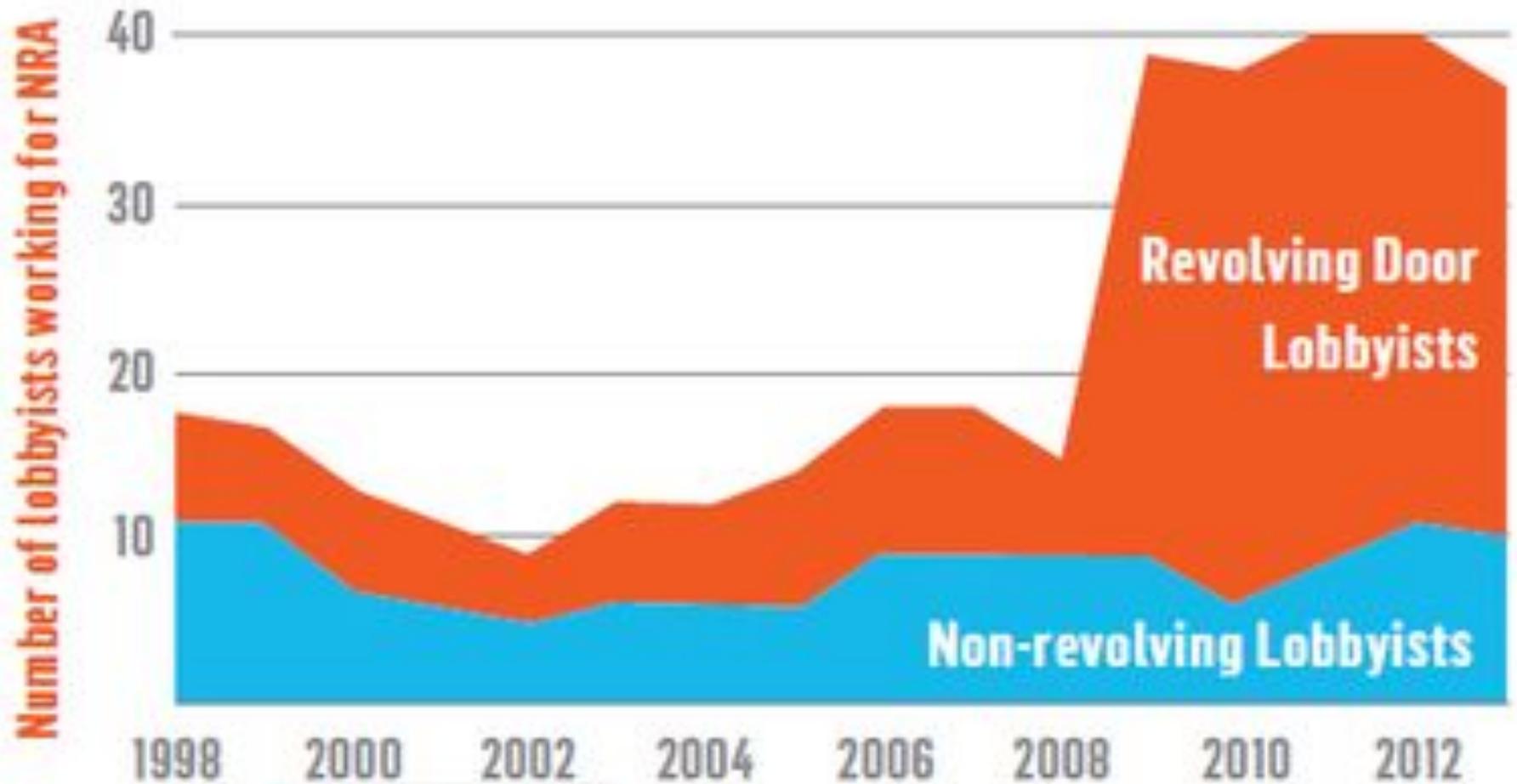
Проблема теневого лоббизма

Through the Revolving Door and Into the Shadows

Capitol Hill vs. Federal Agencies



The NRA has super-sized its investment in revolving door influence since 2008.



THE SHADOW LOBBYING COMPLEX

On paper, influence peddling has declined. In reality, it's just gone underground.

Official 2013 spending on lobbying: \$3.2 billion. The real total: an estimated \$9 billion, including unregistered lobbying



Public Relations

Companies hire outside PR firms to influence policy.



Law Media Group

represents the Aerospace Industries Alliance, which paid \$1.3 million to stop defense cuts.



Glover Park Group

received \$2.9 million for advocacy work on behalf of the natural gas lobby.



Law Firms

Law firms lobby for changes in federal policy on behalf of clients.



SKDKnickerbocker

represents TransCanada (seeking approval of the Keystone XL pipeline) and food marketers (seeking to curb Michelle Obama's anti-obesity initiative). **Key staff:** former White House communications director **Anita Dunn**. Salary: \$1 million between 2008 and 2009



DLA Piper

—the largest and most lucrative law firm in nation, earning \$2.44 billion in 2012—represents major healthcare industry firms. **Key staff:** former senator **Tom Daschle**. Salary: unknown



In-House/Corporate PR

Companies frequently press their Washington agendas through in-house public affairs departments.



Deborah Lee James

earned \$1 million at SAIC, a major defense contractor, before being named secretary of the Air Force in 2013.



Catherine Ann Novelli

earned \$7.5 million at Apple before becoming under secretary of state for economic growth, energy and the environment in 2013.



Trade Associations

Groups that represent major industries spend millions per year on lobbying.



Biotechnology Industry Organization

represents seed giant Monsanto and has spent millions to defeat GMO-labeling legislation nationwide. **CEO:** former representative **James C. Greenwood**. Salary: \$1.48 million in 2010



Motion Picture Association of America

pushes for legislation favorable to Hollywood, such as the failed 2012 SOPA-PIPA bills. **CEO:** former senator **Chris Dodd**. Salary: \$3.3 million in 2012



Financial Services Roundtable

lobbies on behalf of 100 of the largest financial services companies; worked to kill and then limit the impact of Dodd-Frank. **CEO:** former Minnesota governor **Tim Pawlenty**. Salary: \$1.8 million in 2013



Astroturf/Policy Advocacy

Companies enlist groups that appear to be independent to push for policy changes.



Edelman

hasn't registered as a lobbying firm since 2006. Clients include the American Petroleum Institute, which paid \$52 million for websites and online advertising to promote the Keystone XL pipeline, tax breaks for the oil industry, and expanded access for drilling on public lands.



Bonner & Associates

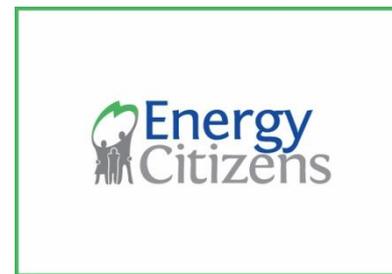
has clients that include the American Coalition for Clean Coal Electricity (ACCCE), which paid Bonner \$43,500 to build grassroots opposition to the American Clean Energy and Security Act. It was later revealed that Bonner forged constituent letters to members of Congress. (In all, ACCCE spent \$28 million on lobbying, only \$2.2 million of which was reported as such.)



«Закон об энергетической политике и охране окружающей среды»



AMERICAN PETROLEUM INSTITUTE



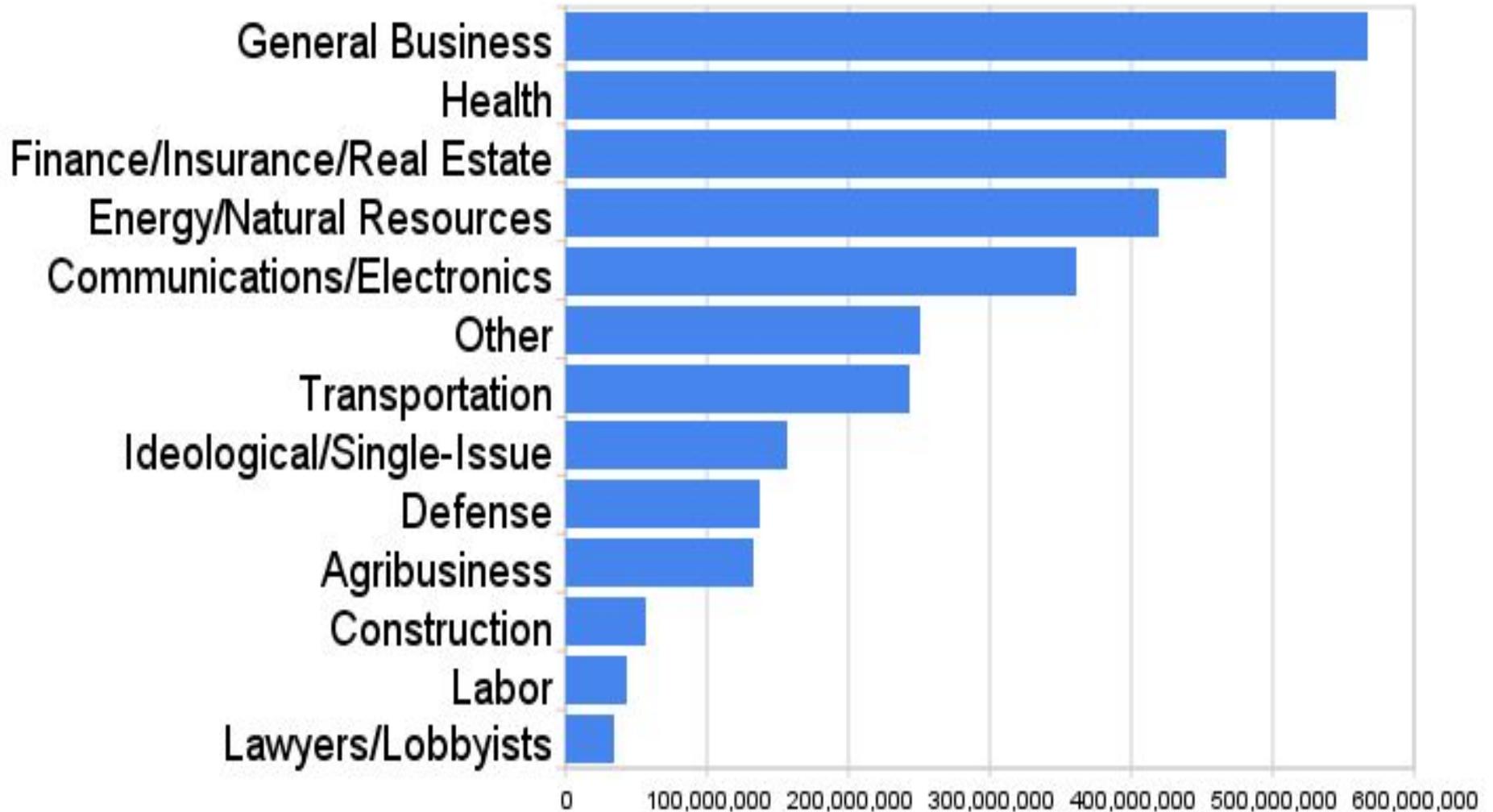
we are
energynation

WHAT DO YOU SAY
TO THOSE WHO FEEL THE
GUN LOBBY IS ALL-POWERFUL
AND FOSTERS EASY ACCESS TO
FIREARMS DESIGNED STRICTLY
FOR KILLING PEOPLE?

A GUN IS
NOTHING MORE
THAN A TOOL...
...JUST LIKE
CONGRESS.



Lobbying Expenditures in 2009 by Industry



Отношение к лоббизму

На первый взгляд, данные опросов показывают, что граждане низко ценят моральные и этические качества лоббистов, лишь **5%** признают их высокими (наравне с продавцами автомобилей и коммивояжерами). Однако, при конкретизации вопроса, картина меняется. Так, **85%** признали, что лоббизм допустим, если речь идет о защите прав наемных работников, **75%** - если он позволяет компании расширяться и открывать новые рынки, **72%** - если улучшает позиции компании относительно ближайших конкурентов, **64%** - если лоббизм способствует снижению издержек ведения бизнеса, **50%** - если он позволяет получить получать государственные субсидии и гранты.

Foreign Agents Registration Act (1938)

Касался только иностранных лоббистов.

Закон устанавливал требование об их регистрации в государственном департаменте США.

Изначально данная мера была главным образом направлена на прекращение фашистской и нацистской пропаганды на территории страны.

После 1966 г. действие закона было расширено для ограничения иностранного экономического влияния.

The Lobbying Registration Act (1946)

- К его принятию подтолкнула серия скандалов с участием крупных холдинговых компаний.
- Лоббизм определялся как деятельность физических лиц и организаций по связям с членами федеральных законодательных органов США с целью оказания влияния на законодательный процесс.
- Платность услуг лоббистских агентов и требование к раскрытию существа (цели) своей деятельности стали главными отличительными признаками легального лоббиста.
- Закон предписывал лоббистам регистрироваться у секретарей Палаты представителей и Сената.

The Lobbying Disclosure Act (1995)

- Распространил ограничения на исполнительную власть.
- Были закреплены профессиональные критерии лоббиста (профессионально занятые агенты, не менее 20% рабочего времени затрачивающие на лоббистскую деятельность при зарплате не менее 5 тыс. долл. в течение полугода).
- Закон также наложил правовые ограничения на лоббистскую деятельность (взятки, подкуп).
- Были введены ограничения на использование федеральных и благотворительных фондов для лоббистской деятельности, поскольку они освобождены от уплаты налогов.

Процедура предоставления отчетности о лоббировании (по закону от 1995 г.)

- Новшеством стало введение процедуры предоставления отчетности о лоббировании.
- Излагавшиеся в отчетах сведения должны были содержать перечень конкретных вопросов, по которым велась лоббистская деятельность (в том числе перечень номеров законопроектов и актов исполнительных органов власти, при отстаивании которых прибегали к услугам лоббистов), информация о контактах от имени клиента, данные об общей сумме доходов и расходов в связи с лоббистской деятельностью.

Honest Leadership and Open Government Act (2007)

- Данный акт обязывает уполномоченные комитеты (authorized committees), Комитеты политического действия и политические комитеты политических партий раскрывать определенную информацию о лоббистах, зарегистрированных лицах (registrants), политических комитетах лоббистов и зарегистрированных лиц, предоставляющих им взносы. Сумма взноса, подлежащая раскрытию, индексируется ежегодно в соответствии с инфляцией и в 2007 году составляла 15.000\$, в 2009 и 2010 году- 16.000\$.