

УДК 327. 8

Биниконский Л.Б.

Проблема взаимопонимания России и США и российский лоббизм

**The problem of the mutual understanding between Russia and the United States
of America and the Russian lobbying**

В статье идёт речь о роли лоббизма в решении проблемы взаимопонимания между Россией и США. Обращается внимание на тот факт, что российский лоббизм находится в зачаточном состоянии при наличии значительной русскоязычной диаспоры в этой стране. По мнению автора, Россия упускает из виду влияние лоббистских групп на внешнюю политику США, на укрепление имиджа России, тем более что накоплен некоторый положительный опыт участия российского бизнеса в лоббировании своих интересов в Соединённых Штатах.

Ключевые слова: *взаимопонимание, группа интересов, диаспора, имидж, лоббизм, пиар-кампания.*



In the article there is speech about the role of lobbying in the decision of the problem of the mutual understanding between Russia and The USA. Great attention is paid to the fact of Russian Lobbying which is in the rudimentary state despite of the considerable Russian-language group in this country. According to the author's opinion, Russia loses sight of the impact of lobbying groups on foreign policy of the USA and on the strengthen of Russian image. Especially as, some positive experience of the participation of Russian business is accumulated in lobbying of its interests in the USA.

Key words: *mutual understanding, diaspora, the group of interests, image, lobbying, PR-company.*

Проблема взаимопонимания между россиянами и американцами редко когда стояла так остро и была более сложной, чем в настоящее время, хотя визит нового президента США Барака Обамы в Россию, итоги этого визита и последующие контакты представителей двух стран внушают надежды на позитивное разрешение если не всех, то хотя бы основных противоречий. Обе стороны испытывают чувства неудовлетво-

рённости и недоверия друг к другу, к чему имеются определённые предпосылки и о чём неоднократно упоминали лидеры двух стран в своих речах. Многочисленные факты «нестыковки» мнений России и США по главным международным проблемам широко известны. Однако пройти мимо них просто невозможно, иначе картина попыток России улучшить отношения с Соединёнными Штатами окажется неполной и необъективной.

В первую очередь, следует отметить, что Россия сделала несколько важнейших шагов навстречу Америке. Она инициировала окончание «холодной войны», что сберегло Соединённым Штатам, по западным оценкам, 1,3 трлн. долл. [28, Р. 48], вывела свои войска с территории стран прежнего Варшавского договора и фактически передала в западную зону влияния Восточную Европу, страны Прибалтики, Грузию и, возможно, Украину и Молдову.

Россия волей-неволей согласилась с расширением НАТО и выходом США из Договора ПРО 1972 года, который Россия считала краеугольным камнем международной безопасности. При этом Совет «Россия – НАТО», который был призван служить некоторым утешением за эти уступки, оказался неэффективной структурой. В частности, он был полностью проигнорирован западными союзниками в процессе принятия решения о первом за всю историю Североатлантического союза силовом действии за пределами традиционной ответственности НАТО – бомбардировке Югославии весной 1999 года.

Россия оказала решающую помощь Америке во время её военной операции в Афганистане в 2001 году, дала согласие на присутствие американского контингента в странах Центральной Азии, а в 2009 году предоставила США своё воздушное пространство для переброски в Афганистан грузов, необходимых американскому контингенту и войскам стран НАТО.

А где же ответные шаги Запада? К сожалению, усилия Америки по сближению с Россией нельзя назвать впечатляющими. В первое десятилетие российской государственности американская помощь концентрировалась в области ядерного разоружения, экономических реформ и некоторых гуманитарных проектов. Основная доля из 5,45 млрд. долл., полученных Россией от США за последнее десятилетие XX века, была предназначена на финансирование сокращения бывшего ядерного потенциала СССР. «На фоне нескольких сот миллиардов долларов законно или незаконно вывезенных из России и осевших в западных, в том числе и американских банках, эта сумма выглядит смехотворной» [19, с. 15-16]. Практически ничего не сделано в сфере сближения двух народов. В Америке учатся лишь 5,3 тыс. российских студентов – сравните со 100 тыс. китайцев – и лишь небольшая доля этих студентов поддерживается американским правительством. Международные обмены между двумя странами также увяли.

Ни наивный мечтатель Михаила Горбачёв, ни выступавший под знаменем либерализации, политической свободы и рыночного капитализма Борис Ельцин не нашли на Западе утешения. Россию не приняли ни в Европейский Союз, ни в НАТО, ни в основные западные структуры. Никто не предложил самой молодой демократии Европы некоего подобия «плана Маршалла». Хотя, в принципе, у Запада не было никаких моральных или других обязательств помогать России в труднейший переходный период, результатом которого было беспрецедентное падение возможностей государства и его влияния на международной арене.

Таким образом, столь привлекательно выглядевшая схема недавнего прошлого – соединение американской технологии и капиталов с российскими природными ресурсами и дешёвой рабочей силой – ока-

залась мёртворождённой. На фоне сотен миллиардов долларов инвестиций в коммунистический Китай скромные 8 млрд. долл. западных инвестиций в Россию являются лучшим свидетельством краха её экономических мечтаний. А если к этому добавить ещё всё более активную политику США на территориях бывшего СССР, которые Москва хотела бы сохранить в сфере своего влияния, то картина взаимоотношений России и США будет полной.

Экономическая слабость России, обусловленная многими факторами, связанными с трудным процессом становления российской государственности и состоянием экономики, не могла не сказаться на имидже России. Она, по мнению многих западных аналитиков «сошла с дистанции» и не являлась больше «участницей забега» [4, с. 8]. Однако подобное состояние России было временным явлением и это понимали многие. Например, президент Американского университета в Москве и Медиагруппы USA Эдуард Лозанский (Edward Lozansky), писал ещё в сентябре 1996 г. в газете «Вашингтон таймс» следующее: «Рано или поздно Россия оправится от нынешнего хаоса и восстановит свою экономическую и геополитическую мощь. Америка должна проводить такую политику, чтобы возрождённая сильная Россия оказалась на нашей стороне баррикад, встречая вызовы XXI века» [31].

Подобную точку зрения в 2000 году высказал в своей книге «Провал крестового похода. США и трагедия посткоммунистической России» известный американский специалист Стивен Коэн: «Даже находясь в состоянии кризиса и слабости, Россия остаётся великой державой – уже хотя бы вследствие огромных размеров, занимая пространство в одиннадцать часовых поясов... На её территории сосредоточена большая часть мировых запасов энергии и полезных ископаемых. Это значение связано также с впечатляющей историей выдающихся достижений и влияния, оказанного на мировую политику, с высоким уровнем образования её теперешних граждан, с её арсеналами. Всё это определяет судьбу России не только как великой, но почти глобальной державы. «Мир без России» означает, если воспользоваться модным понятием, глобализацию без доброй части глобуса. Нельзя рассчитывать и на решение без России крупных международных проблем и конфликтов, особенно теперь, в мире без «холодной войны» [17, с. 217-218].

Однако, увы, политика Соединённых Штатов по отношению к России продолжала оставаться такой же, какой она была на протяжении последних двух десятилетий, так как от России ожидали поведения побеждённой страны, которое российский политолог А. Пушков назвал «германо-японской моделью» [23].

Сегодня Российская Федерация, несомненно, уже приходит в себя после очередного «смутного времени», хотя мировой экономический кризис и приостановил этот процесс. Тем не менее, есть все основания говорить об устойчивости «оздоровления» и способности России дать адекватный ответ на вызовы стремительной глобализации. Но, «чем крепче мы становимся, – отмечал министр иностранных дел Сергей Лавров, – тем больше, наверное, у тех, кто хочет бороться за влияние, желания помешать нам становиться сильнее» [18].

Запад всё чаще упрекает Россию в том, что она использует свои энергоносители в качестве инструмента давления на соседние страны. И основания для этого есть, хотя это не главное. Американский политолог, бывший советник президента Билла Клинтона по вопросам России и СНГ Марк Медисш считает, что «главная опасность – в том, что у обеих сторон есть влиятельные политические группы, которые полагают: плохие двусторонние отношения не являются проблемой, наоборот, они помогают отстаивать национальные интересы США или Рос-

сии. Эта тенденция чревата по настоящему опасной ситуацией для двух стран» [9]. Его мнение дополняет посол США в Российской Федерации Уильям Бернс, который считает, что опасность ситуации не в том, что мы находились и сейчас находимся на грани новой «холодной войны», а «в том, что обе стороны начали забывать, насколько Америка и Россия нужны друг другу и насколько отношения между нашими странами важны для остального мира» [2]. Фактически об этом же недавно высказалась и новая госсекретарь США Хиллари Клинтон, подчеркнувшая важную роль России в мире вообще и для США в отдельных областях в частности [13]. Спикер палаты представителей Нэнси Пелоси считает, что «у Москвы и Вашингтона общие цели. Так что нам просто необходимо работать вместе для их достижения. При этом отношения России и США должны основываться на доверии» [22]. С этим трудно не согласиться, так как в «холодной войне» активное участие принимали обе стороны и они, в меньшей или большей степени, несут ответственность за то положение, которое сложилось и существует в наших отношениях с США на сегодняшний день.

К большому сожалению, большинство западных лидеров, в том числе и США, до сих пор не проявили достаточной государственной мудрости и не осознали до конца стратегической важности задачи интеграции России в основные западные структуры исключительно в прагматических целях и в интересах собственной безопасности и экономики. «В Вашингтоне, Лондоне, Риме и Берлине не скупилась на громкие слова о желательности интеграции с Россией, но, по большому счёту, эти слова не подкреплялись серьёзными делами. Включение России в «большую восьмёрку» было одним из немногих практических шагов в этом направлении, но даже и этот скромный шаг вызвал ярость антироссийского лобби, которое не прекращает попыток добиться исключения России из этого престижного клуба» [19, с. 12-13].

Замечание автора этого высказывания – Э. Лозанского – единственного российского лоббиста, как он сам себя называет, о значимости лобби в решении важнейших международных проблем не случайно. Лоббизм, как известно, – это система приёмов и практика влияния различных групп граждан с особыми интересами на представителей власти с целью принятия выгодного для этих групп решения. Это «теневое, закулисное давление на власти, торг с властями, лицами, облечёнными властью; широко распространённая ныне в демократических странах система содействия принятию или отклонению какого-либо законопроекта» [5, с. 224].

И в этом плане следует отметить, что фактически на протяжении почти двух десятилетий существования российской государственности этот важный фактор воздействия на принятие государственных решений в США упускается из виду. Между тем, лоббизм официально признаётся неотъемлемой частью политической сферы жизни американского общества и содействует взаимопониманию различных позиций и интересов¹. По существу, все сферы жизни общества, где пересекаются интересы власти и других факторов, находятся под контролем лоббистских структур и организаций.

¹ В 1553 г. слово «лобби» употреблялось для обозначения прогулочной площадке в монастыре. Столетие спустя так начали называть помещения для прогулок в палате общин в Англии. Сам термин с этого времени стал обозначать место, где представители законодательной власти могли конфиденциально общаться с лицами, заинтересованными в принятии тех или иных решений. Политико-правовой оттенок это понятие приобрело ещё двумя столетиями позднее в США, когда в 1864 г. им стали обозначать покупок голосов за деньги в коридорах Конгресса. Однако подобная практика долгое время считалась предосудительной. В политической жизни других западных стран лоббизм закрепился лишь в XX в.

Мы нередко задаём вопросы типа: «Почему в американской прессе (да и не только в американской) на протяжении многих лет велась совершенно явная кампания против В. Путина, в то время как он, стабилизировал Россию, сделал ее более предсказуемой для окружающего мира, и, несмотря на то, что военно-политические контакты, в том числе и по линии НАТО, находились на достаточно высоком рабочем уровне и прерывались только после известных событий, связанных с агрессией Грузии против Южной Осетии и Абхазии и т.д.?». Ответ может быть только один: в этом виновата сама Россия, так как она не заботится о том, чтобы её политика поддерживалась в США и странах Запада группами лоббистов и PR-компаниями, как это делают сами Соединённые Штаты, когда хотят, чтобы их политика нашла понимание среди зарубежной общественности.

В качестве примера можно привести такой факт. Когда президент В. Путин (январь 2005 г.), выступая перед журналистами, в очередной раз высказался за скорейшее вступление России во Всемирную Торговую Организацию, конгресс США, который на протяжении ряда лет упорно не давал согласие на вступление нашей страны в ВТО, вновь ответил отрицательно. Брюс Стоукс – известный американский эксперт по вопросам внешней торговли, член Совета по международным отношениям наиболее известной неправительственной организации, дающей рекомендации американским государственным структурам, заявил по этому поводу следующее: «В США слишком слабы голоса лоббистов России и тех, кто способствовал бы принятию положительного решения о её вступлении в ВТО» [24]. Исполнительный директор Российско-Британской торговой палаты Стивен Диэл уверен: «Проблема России в том, что она очень плохо делает себе пиар» [25].

Многие в нашей стране удивляются упрямой позиции США в отношении Ирана. Но американская администрация не может игнорировать мнение еврейского лобби. Ведь Иран, как известно, занимает антиизраильскую позицию, неоднократно делал антисемитские заявления, ставит под сомнение Холокост, поддерживает всевозможных шахидов на Ближнем Востоке и даже угрожает самому существованию еврейского государства. И с этим приходится считаться. Одним из самых влиятельных людей Америки был умерший недавно Том Лантос, занимавший пост председателя сенатского комитета по внешней политике. Бывший беженец из Венгрии, спасённый Красной Армией, до конца жизни так и не пошёл на компромисс с иранским антисемитизмом. И естественно, в конгрессе продолжают работать его сторонники, которые осуждают Россию за поддержку Ирана и поддерживают те силы, которые не желают улучшения отношений с ней.

Как известно, иностранцы не голосуют на выборах в США, поэтому их точкой зрения там пренебрегают. Зато учитывают точку зрения своих нацменьшинств, которые, как правило, состоят из беженцев разных стран и имеют своё лобби. Восточно-европейские лобби в Америке в последнее время становятся всё более влиятельными: украинское, польское, чешское, прибалтийское догоняют еврейское по степени воздействия на американскую внешнюю политику. И все они отягощены тяжёлыми воспоминаниями о бедах, которые доставила им Россия и коммунистическая система. Именно выходцы и Центральной и Восточной Европы «пробили» расширение НАТО, способствовали принятию решения о размещении систем ПРО в своих странах. Вспомним о чешско-еврейских корнях госпожи Мадлен Олбрайт и о Дэне Фриде – бывшем заместителем госсекретаря США и после в Польше, который своей деятельностью иллюстрирует мысль Виктора Ерофеева о том, что, «будь я президентом Польши, попросил бы американцев разместить у нас свои

ядерные боеголовки, чтобы русские боялись нас, как в XVII веке».

Вывод всё тот же: Россия упускает из виду влияние лоббистских групп на внешнюю политику США, особенно из стран, которые нам кажутся маленькими. Пренебрежение «пуговицами», как называла в своё время З. Гиппиус, возникшие после Версаля страны, а тем более странами, получившими самостоятельность после распада Советского Союза – застарелая болезнь российского великодержавия. В то время как в Америке очень серьёзно воспринимают меньшинства.

К тому же, события происходящие в России, для западной публики чаще всего трактуют люди обиженные – не только беглые олигархи вроде Б. Березовского, но и представители стран бывшего СССР и советского блока – Эстонии, Латвии, Литвы, Грузии, Польши, Чехии и других стран, и не жалеющие для этого чёрной краски. Например, наделавшая столько шума вильнюсская речь бывшего вице-президента США Ричарда Чейни, по мнению публициста Петра Черёмушкина, «была обращена к влиятельному прибалтийскому сообществу и стала ответом на жалобы всех этих группировок в Вашингтоне на политику Москвы» [27].

К этому следует добавить «обиженных» новой российской властью. Например, шахматист Гарри Каспаров ведёт неутомимую борьбу за исключение России из «Большой восьмёрки». Той же позиции придерживается и бывший президентский советник Андрей Илларионов: «Россия, утверждает он, принадлежит совсем к другой «восьмёрке», состоящей из таких стран, как Зимбабве, Гаити, Центральноафриканская Республика и т.п.»

А что же мы? Почему не слышно голосов тех, кто не согласен с такой постановкой вопроса, кто способен представить другую, более правдивую и реалистичную картину происходящего в России? Где российские «мозговые центры», которых так много появилось сегодня. Почему нет их представительств в Вашингтоне и крупных городах США? Где, наконец, российский бизнес, который должен бы финансировать эту деятельность, а не жаловаться на американские власти, которые не хотят отменить пресловутую поправку Джексона-Веника и не предоставляют им режим «наибольшего благоприятствования»?

Справедливости ради надо сказать, что многие российские компании сегодня успешно лоббируют собственные корпоративные интересы в США. Так не пора ли им задуматься также об интересах своей страны? И этому уже есть примеры. Так, две крупные российские компании «Лукойл» и «СтройТрансГаз» принимают активное участие в проведении ежегодного Всемирного российского форума в Конгрессе США. Это говорит о том, что идеи российского лоббизма в США начинают находить своих сторонников в серьёзных деловых кругах.

Если СССР вызывал постоянный интерес политической и деловой элиты (в 70-е гг. более 130 организаций в отчётах о лоббистской деятельности указали СССР в качестве сферы интересов), то сейчас Россией интересуются в основном стратеги из Госдепартамента США. Роли поменялись. Теперь имеют место лишь отдельные более-менее успешные попытки российских организаций отстаивать свои интересы в органах государственной власти США, о чём мы скажем несколько ниже.

В настоящее время большинство стран мира, постоянно стремятся отстаивать свои интересы в коридорах власти Вашингтона и оплачивает работу лоббистов. К примеру, в середине 90-х гг. прошлого века Мексика, чтобы без особых проблем вступить в Северо-Американский общий рынок (НАФТА), потратила 20 млн. долл. на лучших американских пиарщиков. Польша, пожелавшая вступить в НАТО, выделила из государственного бюджета 10 млн. долл. на лоббистскую поддержку своих усилий по осуществлению этой задачи. Как известно, эта цель была

достигнута [3, с. 40]. Целенаправленным продвижением своих государственных интересов в Вашингтоне занимается армянское и украинское лобби. Пресловутый «атлантизм» итальянской внешней политики поддерживается почти 9-миллионной диаспорой. И в этом смысле, диаспора является субъектом лоббистских усилий не только итальянских, но и американских политиков.

По неподтверждённым данным, значительные средства в создание своего позитивного имиджа в глазах американской политической элиты вкладывают некоторые лидеры постсоветских государств – Казахстана, Узбекистана, Грузии.

Недавно в зарубежной и российской печати промелькнуло сообщение о результативной работе английских лоббистов во главе с лордом Тимоти Беллом, (который считается одним из самых известных пиарщиков Европы) по созданию привлекательного имиджа президента Беларуси А. Лукашенко. За время сотрудничества с английскими лоббистами президент Лукашенко дал интервью нескольким крупным газетам, в том числе «Файнэншл Таймс» и «Франкфуртер альгемайне цайтунг». В октябре 2008 г. Евросоюз отменил действовавший в отношении главы Белоруссии запрет на въезд в государства ЕС, что позволило Лукашенко в апреле 2009 г. посетить Италию и Ватикан. Он также получил приглашение на майский саммит Евросоюза в Прагу. В прошлом году, накануне заключения контракта с Белоруссией, отвечая на вопросы «Российской газетъ», лорд Белл заявил, что «постарается помочь этой стране презентовать себя миру в наиболее выгодном свете» [26]. Президент Лукашенко, комментируя контракт с лордом, заметил, что без ремесла, которым занимается британский пиарщик, «невозможно представить ту или иную страну» [26].

В американском Госдепартаменте есть специальная структура, которая занимается пропагандой внешней политики США и улучшения образа Америки в мусульманских странах. При помощи PR-компаний улучшает свой образ и Пентагон. В конце прошлого года в Америке случился небольшой скандал, когда выяснилось, что военное ведомство через частную фирму оплачивало подготовку и размещение в иракских газетах статей, прославлявших американских солдат и успехи в строительстве демократии в оккупированной ими стране.

Тенденция усиления лоббирования прояснится, если посмотреть ретроспективно на имеющиеся в нашем распоряжении цифры: если в 1961 г. при американском Конгрессе было официально зарегистрировано 365 лоббистов, то уже к середине 1987 г. их насчитывалось 23.011, т.е. 43 на одного члена Палаты Представителей и одного сенатора [33, Р. 29]. В их числе – десятки бывших высокопоставленных американских чиновников, получающих за свои услуги официальные гонорары [15, с. 19-20].

По данным на 1999 г. только в Сенате и Конгрессе США действовали 12. 133 лоббиста: примерно 3 тыс. из них – в сфере налогообложения; 2. 700 занимались бюджетными вопросами; 2. 400 пытались влиять на сферу здравоохранения, чуть больше 2 тыс. специализировались по торговле, 1. 890 – занимались вопросами сохранения окружающей среды, отстаиванием интересов коренных народов Америки – 305. В 2000 г. лоббистской деятельностью занимались 129 бывших членов Конгресса США. В большинстве своём они представляли интересы крупных компаний [3, с. 38]. Сколько в настоящее время лоббистов «трудится» в США никто точно не знает – данные расходятся. Среди многообразия направлений деятельности вопросами международных отношений занимались лишь 605 и вопросами иммиграции – 499 лоббиста. По источникам за 2002 г. в США на всех уровнях власти действовало 18. 600 лоббистских

представителей [3, с. 37-38].

На начало 2006 г. в Вашингтоне было 27. 600 зарегистрированных лоббистов, по 52 на каждого из 535 членов конгресса [1].

По мнению самих американцев, официальные списки лоббистов в конгрессе США являются лишь частью профессионального лобби, поскольку многие лоббисты уклоняются от регистрации и, естественно, уплаты налогов и сборов. Не следует забывать, что в роли лоббистов выступают не только те, кто непосредственно представляет лоббистские группы в Палате представителей и Сенате США. Зачастую лоббистами становятся прогрессивные журналисты, общественные деятели, представители власти, так как отдельной, но известной личности проще «наводить мосты» между различными группами, имеющими нередко диаметрально противоположенные интересы, чем коллективу даже единомышленников. Парадоксально, но индивидуальные лоббисты лучше вписываются в глобальные процессы, создавая международные группы, систему «think-tanks» [3, с. 242].

Большую роль в лоббистской деятельности играют известные печатные издания, выражающие своё собственное мнение по тому или иному внешнеполитическому вопросу, или даже по проблеме, и предлагающие пути решения этого вопроса и проблемы. Их можно условно назвать «свободными лоббистами», так как они, воздействуя на своих читателей, слушателей, добиваются того, что голос общественности становится слышнее на Капитолийском холме и к нему начинают прислушиваться. К таким «свободным лоббистам» можно отнести, например, журнал «Нэйшн», основанный в 1865 г. – сразу после гражданской войны в США, и стоящий на позициях соблюдения принципов «моральной политики» Независимый, свободный от влияния какой-либо партии, в контексте американской политики он считается «леволиберальным» или «прогрессивным».

«Нэйшн» не только первый написал о том, что война в Ираке отразится на безопасности США, что было поддержано бывшим советником президента Буша Ричардом Кларком. Редактор и издатель журнала Катрина Ван Ден Хейвел высказывала мнение, что на Западе и в США нет настоящего понимания Путина. Его обвиняют в диктаторских замашках и попытках установить государственный контроль в разных сферах. «На самом деле всё гораздо сложнее, – считает она. В сфере экономики он пытается вернуть государственные активы, которые были розданы олигархам за бесценок» [6].

Лоббистов в США делят на несколько категорий: профессиональные лоббисты, зарегистрированные в Конгрессе; профессиональные лоббисты, выполняющие эту работу без регистрации; профессиональные лоббисты, работающие без регистрации, но имеющие официальные представительства, например, отдел по связи с Конгрессом США; профессиональные лоббисты из числа должностных лиц, обладающие большими связями и влиянием; непрофессиональные лоббисты, обладающие связями и влиянием и привлекающиеся к работе эпизодически или по совместительству.

Говоря о специфике американского лоббизма, специалисты отмечают некоторые характерные черты его развития. Грег Минджек (Greg Minjack), директор лоббистской фирмы Public Strategies Inc., например, полагает, что работа лоббиста в США стоит на «трёх китах». Во-первых, это ««лоббизм взаимоотношений» – я, например, работаю с тремя конгрессменами и доношу до них информацию». Есть «технический лоббизм, требующий понимания законов и нормативных актов, а также умения использовать их. Третий – и самый важный аспект – работа с людьми и донесение их мнения до органов власти» [30, p. 92-93].

Прямой лоббизм со стороны иностранных государств в США запрещён. Однако им не возбраняется нанимать разного рода организации, которые действовали бы в пользу той или иной страны. Эти лоббисты должны зарегистрироваться в конгрессе как «агенты иностранного влияния» и пройти регистрацию в Министерстве юстиции. Им следует открыть специальный банковский счёт, где размещались бы средства на лоббистскую деятельность.

Новый президент США Барак Обама ужесточил правила для лоббистов. В Вашингтоне всё более отчётливо звучат голоса о том, чтобы запретить компаниям использовать полученные в рамках Правительственной программы по оздоровлению экономики средства на лоббистскую деятельность в связи с мировым финансовым кризисом. Однако, по подсчётам Центра ответственной политики, глобальный экономический кризис не уменьшил доходы лоббистов, в том числе и компаний, представляющих иностранные государства. В соответствии с результатами отчёта Министерства юстиции США (Department of Justice) о деятельности лоббистских компаний, представляющих интересы иностранных государств, организаций и частных лиц в США, в первом полугодии 2008 года услугами лоббистов пользовались структуры России, Украины, Азербайджана, Грузии, Узбекистана, Эстонии и Нагорного Карабаха [29].

Следует учитывать, что процесс выработки внешнеполитического курса Соединённых Штатов идёт не только в Белом доме и Госдепартаменте, но и при участии Конгресса, различных «мозговых» центров, СМИ и многочисленных неправительственных организаций, в том числе и тех, которые выражают интересы различных этнических групп. И у России есть сторонники, объективно оценивающие её значимость в мире и критикующие политику Белого дома, проводимую им в отношении нашей страны. Так, сторонники американо-российского альянса собрались в середине мая 2006 г в количестве 350 человек в Конгрессе США на ежегодное заседание под названием «Всемирный российский форум» и заявили, что полны решимости продолжать борьбу за этот альянс [20, с. 88]. Как отметил на этом заседании конгрессмен Джо Уилсон из Южной Каролины, подавляющее большинство членов Конгресса выступает за сотрудничество с Россией и не разделяет радикальные взгляды МакКэйна и Лантоса, но с ними нужно постоянно работать, посылать необходимую информацию, встречаться лично, либо с их помощниками по международным вопросам и т.д.

Высказывание конгрессмена Джо Уилсона можно подтвердить следующим фактом. Так, конгрессмен-республиканец из Пенсильвании Курт Уэлдон, собрав большую группу экспертов, представил доклад, содержащий важнейшие направления и конкретные проекты американо-российского сотрудничества в самых различных областях – от сельского хозяйства до науки, образования, энергетики, космоса и др. Этот документ под названием «Партнёрство Россия – США. Новые времена – новые начинания» подписали 142 члена Конгресса, включая многих влиятельных конгрессменов и сенаторов США [20, с. 99-100]. К сожалению, пока ни в Белом доме, ни в Кремле к этому документу не отнеслись серьёзно, в то время как «программа Уэлдона» является весьма своевременным и адекватным ответом тем политикам России, которые полагают, что Россия делает односторонние уступки США и ничего не получает взамен, так как в основе программы Уэлдона лежит принцип равного учёта интересов как США, так и России.

На слушаниях в Конгрессе США республиканец Дан Рорабакер и демократ Брэд Шерман обрушились с резкой критикой на администрацию президента. Они в один голос заявили: причиной антиамерикан-

ских настроений, царящих в России, является неправильная внешняя политика. «Мы занимаем антироссийскую позицию на уровне рефлексов. Большинство представителей нашего внешнеполитического истеблишмента выросли в советскую эру, занимаясь выработкой стратегии того, как окружить, ослабить и унижить Россию. Мы сделали всё возможное, чтобы породить враждебность в отношениях с российским государством», – цитирует РИА Новости главу подкомитета по борьбе с терроризмом палаты представителей США Брэда Шермана. И это не первый случай, когда конгрессмен резко высказывается о наращивании военного присутствия США в Европе. Вот как он прокомментировал в конгрессе планы размещения ПРО в Чехии и Польше:

«Нет лучшего способа заставить Россию не противодействовать иранской ядерной программе, чем размещение американских ракет на территории её бывших союзников». Шермана поддержал заместитель председателя подкомитета по международным организациям и правам человека Дан Рорабакер: «Российское правительство должно действовать исходя из того, что соответствует интересам страны в долгосрочной перспективе. Если это включает использование нефти в качестве «рычага» – то почему мы ожидаем, что оно будет действовать по-другому» [10]. Все эти факты ещё раз подтверждают наличие в США сторонников России и нужно это использовать, проявив мудрость и достоинство, не втягиваясь в круговорот негативной риторики, которая может перерасти в новый цикл «холодной войны»

В США нет русского лоббизма в чистом виде, как нет, скажем, и турецкого. И это чревато серьёзными осложнениями при отстаивании своих интересов. Несмотря, например, на то, что Турция является важнейшим стратегическим партнёром США на Ближнем и Среднем Востоке, конгресс недавно принял резолюцию о признании геноцида армян турками, не посмотрев даже на то, что при этом под удар были подставлены союзнические отношения. Белый дом, как бы ему это было ни удобно, вынужден считаться с мнением влиятельнейшей армянской диаспоры. Поэтому американская внешняя политика постоянно балансирует между группами влияния и стратегическими интересами, между прагматизмом и идеализмом.

Парадокс: русское лобби в США отсутствует, а диаспора, притом значительная, есть. Большинство её составляют представители еврейского народа. Это естественно: начиная с 1989 г. действует так называемая поправка Лаутенберга, которая предоставляет возможность определённым категориям граждан (евреям, евангелистам, некоторым представителям украинской католической и православных церквей) пользоваться правом на убежище в США. Этим воспользовались около 430.000 чел. [11] И это тоже результат деятельности лоббистских организаций, которые на протяжении длительного времени не дают отменить ни эту поправку, ни уже упоминавшуюся поправку Джексона-Вэника.

В настоящее время, по разным оценкам, в США проживает от 3 до 6 миллионов человек, являющимися или прямыми выходцами из России, либо считающих себя россиянами по принадлежности к русской культуре. Они представляют из себя весьма пёстрый конгломерат людей, отличающихся друг от друга в этническом, конфессиональном, социальном, образовательном, имущественном планах, а также по времени своего приезда в США. Подобная пестрота состава и является главной причиной отсутствия единства в рядах российской диаспоры, которая объясняет, почему до сих пор на территории США не ни одной сколько-нибудь серьёзной и влиятельной организации, объединяющей хотя бы часть наших соотечественников.

Всем известно, что Россия заявила об идее структурирования и под-

держки зарубежного «русского мира» относительно недавно, в то время как многие другие государства продекларировали подобную задачу применительно к своим диаспорам и «социокультурным мирам» уже давно. И новый игрок далеко не у всех вызывает позитивные эмоции.

Использование потенциала зарубежной диаспоры для создания сети экономических, общественно-политических и иных связей – достаточно распространённая мировая практика. И здесь первенство не всегда принадлежит государству, так как нередко сама диаспора создаёт систему сетевых связей, а государство – историческая родина – становится одним из звеньев этой международной сети. И это особенно важно для архитекторов современного русского мира, которому придётся опираться прежде всего на свой собственный ресурс. И если России удастся выстроить эффективную инфраструктуру, позволяющую превратить разрозненные группы людей, формально объединённые этнокультурным признаком, в сеть, то она может стать ключевым игроком в международной сети, в которой задействованы различные диаспоры.

«Русский мир» – категория внешнеполитическая, не нуждающаяся в территориальной интерпретации, – считает исследователь А.Э. Бинецкий, – но невозможная без создания сети социальных, экономических, культурных, информационных и иных связей, позволяющих добиться самодостаточности» [3, с.128] И создателем такой системы может выступить или сама диаспора, как ядро «русского мира», или российское государство как национальная корпорация, объективно заинтересованная в существовании и развитии подобного этнокультурного феномена. И то и другое следует принимать во внимание при выстраивании любой политической стратегии. Сам подход к российской диаспоре как к основе лоббирования транснациональной сети является достаточно новым для российской политической мысли, однако он совершенно не отработан теоретически, что несомненно отрицательно влияет на процесс практического разрешения проблемы.

Идея русского мира, как известно, продекларирована на самом высоком уровне, однако до сих пор большая часть экспертного сообщества продолжает рассматривать проблемы соотечественников в сугубо правозащитном ключе, что можно видеть на примерах мероприятий по защите соотечественников, проживающих в странах Балтии, хотя российская диаспора в этих странах в социальном плане достаточно пестра и значительная часть её не является социально ущемлённой. Недавнее избрание мэром Риги этнического русского – пример этого.

Если говорить об усилиях российского экспертного сообщества по проектированию различных вариантов структурирования русского мира и поиску механизмов выстраивания эффективно действующей сети, то следует отметить, что они малодейственны и запаздывают с консолидацией разрозненных, разобщённых, но пока ещё обладающих некой пассионарностью общин русской диаспоры. И здесь значимы коммуникативные механизмы и их персонификация как в сфере взаимодействия между различными группами интересов в диаспоре, между этими группами и обществом, между диаспорой и государством, в том числе и титульным.. Особенно важно последнее, так как Россия, подчёркиваем ещё раз, заявила об активной позиции в вопросе структурирования русского мира на основе российской диаспоры

Причин здесь несколько, но главная – отсутствие политической воли на выстраивание такой сети со стороны государства и непонимание другими игроками-лоббистами геоэкономического и политического содержания русского мира. Сложившаяся система каналов связей России с зарубежными соотечественниками, структурная составляющая российской диаспоры за рубежом, информационные каналы взаимодействия

нуждаются в глубоком изучении и, если хотите, инвентаризации, так как без этого невозможно создать социально-экономические механизмы и использовать уже сложившиеся для защиты и национальных интересов России, и для целей выживания российской диаспоры, как таковой. Выживание российской диаспоры будет зависеть от того, удастся ли соединить интересы входящих в неё различных социальных групп и прежде всего интересы тех, кто является хранителем этнокультурного наследия, обеспечивает выживание диаспоры, создаёт общественно-политические условия для сохранения диаспоры и целенаправленно использует лоббизм для защиты своих интересов.

Отсюда вытекает очень важная задача: России следует изучить и применить на практике опыт лоббизма других стран, которые занимаются этим давно и успешно. Из-за отсутствия российских лоббистских структур в США страдает как имидж самой иммиграции, так и имидж метрополии, что, в свою очередь отражается самым неблагоприятным образом на американо-российских отношениях.

Однако, голос российского лобби в США может стать громким лишь при двух условиях: политической консолидации русской диаспоры и при реальном увеличении нашего товарооборота. А поскольку пока и то и другое весьма проблематично, то перспективы выглядят соответственно. По мнению того же Э.А. Бинецкого «попытки создать из российской диаспоры международную силу» оказались безуспешными [3, с.24]. Однако, есть на этот счёт и другой взгляд. По убеждению Э.Лозанского, Россия, которой есть на кого опереться, за исключением иногда раздающихся призывов к объединению эмиграции – никаких серьёзных практических шагов не делает. Это близоруко и более того – опасно в мире, где Соединённые Штаты сегодня играют столь выдающуюся роль». [19, с. 272] Многие представители русской диаспоры в США ориентированы на взаимодействие, особенно на экономическое сотрудничество с Россией. Они-то и являются тем лоббистским ресурсом, которым Россия лишь недавно начала пользоваться. Среди них много профессоров русского языка и литературы, историков, политологов, переводчиков и других специалистов. В числе этого «резерва» есть люди, симпатизирующие России и много делавшие для укрепления связей с ней. Например, директор Библиотеки конгресса США Джеймс Биллингтон и Фрэнк Рив (отец знаменитого и трагически умершего «Супермена», актёра Кристофера Рива) – великолепный знаток русского языка, говорящий на нём практически без акцента.

Сегодня в России с большой надеждой смотрят на возможности Русской зарубежной церкви. Объединение церковей открыло возможности влияния на американскую политику. С учётом того, что кадры Русской православной церкви за рубежом стареют, она очень нуждается в омоложении, в новой крови, которую получить может в первую очередь из России.

Лоббизм конфессий – один из самых специфических. При всей несовместимости религиозной деятельности с политической, представители данного института ведут активную, скрытую и достаточно эффективную лоббистскую деятельность. Наибольшая активность наблюдается со стороны мировых религий и иудаизма, субъектами лоббистской деятельности которых выступают крупные финансово-промышленные корпорации, общественные фонды, организации, являющиеся де-факто субъектами народной дипломатии.

В целом же, если исходить из реалий – процесс организации российской диаспоры потребует значительных усилий и времени. Но сидеть сложа руки, надеясь на русский «авось», на то что само всё образуется, не следует. Поэтому на первых порах необходимо привлечь профессиональ-

ные американские лоббистские и пиаровские организации. И первые шаги в этом отношении уже сделаны, о чём мы скажем несколько ниже. А пока уместно задать вопрос: А были ли ранее попытки использовать лоббизм в интересах страны?

По нашим сведениям, такие попытки стали делаться со второй половины 90-х гг. ушедшего XX в.¹

Один из самых известных в США лоббистов Джек Абрамофф, недавно сознавшийся в подкупе официальных лиц, принял участие в подготовке двух визитов в Россию – в 1997 и 1998 годах – бывшего лидера республиканского большинства в палате представителей Тома Делэя, недавно оставившего свой пост из-за обвинений в мошенничестве. Его поездки в Москву были оплачены зарегистрированной на Багамах фирмой с сомнительной репутацией. По сведениям «Вашингтон Пост» связи с Россией осуществлялись через помощника Делэя Здвина Бьюкема. Тот признался, что некий русский олигарх заплатил ему миллион долларов, чтобы повлиять на голосование Делэя в конгрессе по закону, который облегчил бы выплату России очередного транша МВФ [7].

Второй попыткой лоббирования российских интересов можно считать начало 2000 года, когда российский бизнесмен Александр Шусторович внёс 250 тыс. долл. в фонд Республиканской партии США. За четыре месяца до президентских выборов отправленный им чек был принят к оплате. Это было самое крупное пожертвование партии, сделанное физическим лицом. Однако два месяца спустя руководство партии отменило своё решение и вернуло деньги Шусторовичу [7].

Особенность российского лоббизма в США – наличие политической составляющей, отражающей перипетии политической истории РФ. Наглядный пример: с 2003 г. интересы группы «МЕНАТЕП» и компании «Юкос» в США представляют соответственно «Ковингтон энд Бэрлинг», «Гринберг Трауриг» и «АПКО Уордауд». За два года (2003-2005) они заработали 200 тыс. долл.

Совокупные расходы российских структур на политический лоббизм в США составили 3.2 млн. долл. – 40% всех затрат на лоббирование российских групповых интересов в Америке. Лидером выступили группа «Медиа-Мост» и подконтрольная ей на тот момент НТВ (2.8 млн. долл.), добившиеся наиболее осязаемых результатов – принятия закона 2002 г. «О демократии в России».

Общая тенденция – попытки использовать Вашингтон как центр силы глобального масштаба во внутривнутриполитической борьбе. Отдавая

¹ Первый опыт лоббирования своих интересов в США Россия приобрела ещё в XIX в., когда решалась судьба российских владений в Америке. Когда русские политики поняли, что Аляску не удержат, так как слишком растянута линия коммуникаций, снабжать её продовольствием и всем необходимым слишком дорого, было принято решение о её продаже, оформленное позже договором 1867 г. Всё делалось в тайне по причинам вполне понятным. Сама уступка Аляски была для России делом отнюдь не почётным. К тому же, Соединённые Штаты, ещё не пришедшие в себя от гражданской войны, о подобной покупке не помышляли. Посланник – Эдуард Стекль, прибывший в Вашингтон, должен был, предложив сделку, повернуть дело так, чтобы инициатива покупки исходила от Соединённых Штатов. Государственный секретарь США Уильям Стюард испросил мнение президента и всех, кто мог быть к делу причастен. В Санкт-Петербурге была направлена телеграмма, смысл которой состоял в том, что США предлагают России продать Аляску. Ответ был лаконичным: согласны. К 4 часам утра следующего дня – 30 марта 1867 г. договор был подписан и скреплён печатями. Но нужно было ещё оформить сделку в нижней палате и Сенате. Возникли трудности. В Сенате брызжали: «платим деньги за ящик со льдом», «глупость Стюарда», а в нижней палате и вовсе дело застопорилось. Пришлось давать взятки. И Стекль, опасавшийся срыва сделки, давал редакторам за поддержку в печати, политикам – за речи в конгрессе. Средства, потраченные на сенаторов и прессу, по тем временам были не маленькие: «умасливание обошлось русской казне в 165 тыс. долл. Эта сумма была списана Петербургом по тайной статье расходов «на дела, известные императору».- Российская газета, 2007, 5 октября

должное американским политикам, признаем: в российско-американских отношениях во главу угла ставились конкретные интересы и реальный расклад сил, а не интересы довольно крупных клиентов лоббистских фирм.

По мнению сотрудника Института США и Канады Сергея Костяева «российский лоббизм занимает место, соответствующее объёму наших торговых отношений. За период существования российского лобби в США с начала 90-х гг. его расходы составили всего 7,7 млн. долл.» [16]. Свои интересы в Вашингтоне лоббируют многие крупные российские, украинские и казахские компании, в основном, связанные с экспортом энергоносителей, стали, леса и прочее.

Российская компания ОАО «Телекомпания НТВ» за период с января по 30 июня 2002 г. потратила на лоббистскую деятельность в США 580 тыс. долл. По данным National Journal в 2001 г. лоббистские затраты НТВ составили 1 млн. 360 тыс. долл. США. Интересы НТВ в Вашингтоне представляет одна из крупнейших лоббистских фирм – Patton Boggs. Её клиентами являются такие известные компании, как Mars (в 2002 г. она заплатила Patton Boggs 1 млн. 320 тыс. долл.) и AOL Time Warner (480 тыс. долл.) [32].

К 2005 г. самым активным игроком на поле бизнес-лоббизма в США стало РАО «ЕЭС России», потратившее на эти цели за указанный период 722 тыс. долл. С 2003 г. его интересы в Вашингтоне представляет «Кэссиди энд Ассошиэйтс» – самая крупная лоббистская фирма США с официальным годовым доходом более 28 млн. долл., имеющая филиал в Москве. Цель её деятельности – использование политического влияния США в качестве инструмента, облегчающего доступ российской электроэнергетики на зарегулированный европейский рынок. Как результат – во властных структурах США и ЕС было достигнуто понимание того, что интересы её клиента должны учитываться при выработке энергетической политики ЕС.

В январе 2006 г. в США разгорелся громкий скандал – несколько конгрессменов и связанных с ними лоббистов обвинили в коррупции. На этом фоне внимание прессы и политологов привлекло абсолютно новое для Вашингтона явление – появление здесь «лоббистских денег» из России. Первой на эту тему высказалась «Вашингтон Пост», опубликовавшая статью под заголовком «Что покупают русские?» [35]. Газета привела несколько примеров российского участия. Так, владелец компании «Интеррос» Владимир Потанин оказал помощь Музею Гуттенхайма в Нью-Йорке, пишет «Вашингтон Пост». Вскоре он был включён в состав директоров музея. Глава компании «ЛУКОЙЛ» Вагит Аликперов получил от Вашингтонского центра Вудро Вильсона награду «за развитие корпоративного гражданства». На ужине в его честь было собрано около 400 тыс. долл.

Новое для Америки явление решил исследовать влиятельный столичный мозговой центр – Nixon Center, проведший обсуждение на тему: «Российские деньги в Вашингтоне: кто платит, кто берёт и кто бьёт в барабан?» Несмотря на то, что в дискуссии приняли участие почти все ведущие эксперты по России, ответа на вопросы, поставленные центром, так и не прозвучало. Единственной попыткой серьёзного лоббирования со стороны Кремля была признана организация выставки «Россия!» в Музее Гуттенхайма. «Чрезмерно торжественное» открытие выставки, а также то, что «ещё в сотне метров от музея можно было увидеть плакаты с рекламой компании «Интеррос», экспертам не понравилось. «Я шокирован, что эти люди пытаются купить политическое влияние в Вашингтоне», – заявил Анатолий Ливен, сотрудник центра New American Foundation.

Директор другого влиятельного центра – Kennan Institute for Advanced Russian Studies – Блэр Рубл считает, что «поток денег от российских олигархов в американские институты может привести к тому, что русские получают влияние на процесс принятия решений». Впрочем, предсказать конечный результат этих «политических» инвестиций Рубл не решился. «Мы не привыкли к этому, – сказал он. – Ни один из серьезных американских институтов не брал деньги от советского правительства. У нас нет опыта по части получения «русских денег».

Мнения о последствиях появления «российских нефтедолларов» разделились. Стивен Клемонс, сотрудник New American Foundation, высказал убеждение, что «США могут в ближайшее время пережить один из самых грандиозных скандалов в своей истории». Уэйн Мери из American Foreign Policy Council, считает, что в целом Россия, стремясь повысить влияние в Вашингтоне, использует общепринятые правила игры, хотя порой и «прибегает к неадекватным методам»: «Русские должны думать о долгосрочных результатах своих инвестиций, а не ориентироваться на текущие политические задачи». Уэйн Мери полагает, что слабое место России – отсутствие сильной диаспоры. Такой, какую имеют Израиль, Ирландия, Греция или Армения. «Русским надо поучиться у армян, как строить лоббистскую кампанию», – советует он.

Политолог Николай Злобин, бывший участником встречи, в беседе с корреспондентом «Известий», заявил: «Никто в Вашингтоне не знает, что делать с российскими деньгами, которых здесь никто не ждал. Никто не знает, как определить, откуда пришли деньги – от независимых компаний или от правительственных структур. И как разграничить легальный лоббизм от попыток подкупить учёных, которые в той или иной степени определяют стратегию Вашингтона в отношении России» [7].

Особенностью современной ситуации является то, что население России неуклонно сокращается, а у США – возрастает. По мнению американских специалистов «если эти тенденции сохранятся, то примерно к середине текущего века последний русский уйдёт с территорий к востоку от Урала» [19, с. 242]. Отсутствие инфраструктуры, не освоенность огромных пространств, острый демографический кризис ведут к тому, что гигантские Сибирь и Дальний Восток могут стать мишенью более населённых соседних стран.

В Вашингтоне есть разные варианты выстраивания своей российской политики. С одной стороны, в США есть много сторонников продолжения той же политики по отношению к России, которая была успешно применена против Советского Союза в годы «холодной войны». Для этих людей Россия неприемлема в любой ипостаси и в силу определённых исторических причин является внешним врагом. В то же время имеется достаточное количество экспертов, которые хотели бы видеть Россию в числе стратегических партнёров и союзников Америки.

Как те, так и другие пытаются оказывать влияние на Белый дом и Конгресс для продвижения своих идей. Если судить по средствам массовой информации, то первые, которых суммарно можно отнести к антироссийскому лобби, превалируют. Отсюда периодические публичные критические заявления в адрес России, исходящие от высших чиновников Госдепартамента и Белого дома. Примеров таких заявлений достаточно много, они общеизвестны, К сожалению, голоса тех, кого можно назвать пророссийским лобби, и которые понимают важность России для безопасности и экономики Америки и её ближайших союзников, заглушаются более активными и хорошо финансируемыми оппонентами России, которая не предпринимает серьёзных усилий в этой информационной войне. А зря!

Не претендуя на полноту картины, так как многие закулисные

факты покрыты мраком, всё же отметим существование мощного анти-российского лобби в Америке. К этому лобби можно, безусловно, отнести диаспоры восточноевропейских стран, Прибалтики и Украины, а также некоторых мусульманских кругов, поддерживавших сепаратистские устремления Чечни. Нельзя сбрасывать со счетов и некоторые профессиональные лоббистские структуры, которые работают не за идею, а за деньги и которые финансируются опальными российскими олигархами, обосновавшимися на Западе.

Решение проблемы разногласий облегчается в некоторой степени тем, что американское законодательство, допускает лоббирование интересов иностранного государства на своей территории, о чём мы уже говорили. Механизм такого лоббирования подробно рассмотрен в работе Э. Лозанского, опубликованной ещё в 2004 г. на русском языке [21]. И основной задачей российского лобби, по мнению автора, должна стать «идея создания американо-российского стратегического альянса в интересах безопасности и экономики двух стран. Какой бы далёкой и невыполнимой ни казалась бы эта задача, трудно предложить некие альтернативные внешнеполитические варианты, отвечающие геостратегическим интересам двух стран» [19, с. 263]. И задача Российской Федерации сегодня заключается в том, чтобы в самое ближайшее время разработать действенную программу (план) сближения России и США, которая предусматривала бы конкретные шаги по отлаживанию механизма лоббирования российских внешнеполитических интересов.

В этой связи одним из важнейших элементов – если не самым главным элементом программы сближения России с Америкой – является процесс формирования общественного мнения двух стран в пользу стратегического партнёрства. Конгресс и правительство Соединённых Штатов весьма чутко реагируют на мнения американского народа. Поэтому если Россия действительно сделала свой стратегический выбор в пользу демократии и стратегического союза с Америкой и Европой, то она должна предпринять колоссальные усилия для формирования своего положительного имиджа, найти веские аргументы, чтобы убедить западную общественность в серьёзности и добросовестности своих намерений, отстаивая при этом свои экономические и иные интересы. Необходимо постоянно и убедительно подчёркивать важность России в мировом политическом балансе сил и мировой экономике, а также аргументировано доказывать недалёковидность тех политиков, которые считают, что после распада СССР Россия больше не представляет собой серьёзного игрока на международной арене.

Необходимо постоянно разъяснять в прессе, на конференциях, семинарах, что Россия является неотъемлемой частью Европы и, кроме того, имеет возможность идейного, культурного, цивилизационного влияния на весь Евразийский континент и, в первую очередь, на страны СНГ, Учитывая фактор 25 млн. русских, живущих в соседних странах, Россия способна также воздействовать на своё географическое окружение, ориентируя его в том или ином направлении. Право же вето в Совете безопасности ООН даёт России возможность влиять на принятие любых решений в этой важнейшей международной организации. Никакая легитимность в проведении силовых мероприятий глобального масштаба невозможна без участия и согласия Москвы

С другой стороны, участие России в различных коалициях делает их гораздо эффективнее. Вспомним, что Россия активно участвовала в коалиции по освобождению Кувейта в 1991 г. и разгрому движения «Талибан» в Афганистане в 2002 г. Благодаря Москве Киргизия и Узбекистан предоставили свои базы США для проведения военных операций против талибов, и были сохранены жизни тысяч американских солдат,

которым не пришлось принимать участия в наземных сражениях, так как за них это делали обученные Москвой солдаты афганского Северного альянса.

Об этих и других положительных примерах сотрудничества России и США надо постоянно и всячески напоминать, а также расширять и развивать новые, чтобы процесс сближения с Америкой оказался необратимым.

Для того чтобы двусторонние отношения меньше зависели от капризов «политической погоды», их следует строить на более солидном основании. Одним из таких оснований могло бы быть создание в Соединённых Штатах одной или нескольких влиятельных организаций, целью которой было бы продвижение идеи долгосрочных и взаимовыгодных двусторонних отношений России и Америки, их стратегического партнёрства. То есть поступать так, как поступают другие страны. Примером подобного подхода является недавнее создание альянса лоббистских групп со штаб-квартирой в Вашингтоне, председателем которого является Рики Эллисон, для продвижения ракетного щита в Восточную Европу [14]. И даже после того, как администрация президента Обамы заявила о том, что отказывается от плана размещения в Восточной Европе радара и ракет, Рики Эллисон заверил своих сторонников, что альянс будет продолжать свою деятельность.

Немаловажной частью механизма лоббирования являются СМИ, через которые может быть отражена деятельность лоббистских структур. Через СМИ устанавливаются связи с общественностью, хотя, как известно, эти связи, в первую очередь, отвечают интересам господствующей элиты, тем не менее сегодня всё больше и больше людей начинают интересоваться проблемами внешней политики, и СМИ приходится искать консенсус между интересами различных групп общественности, чтобы сохранить на них своё влияние. В этой связи необходимо помнить, что если мы хотим сблизить позиции России и Америки, необходимо отладить процесс формирования общественного мнения двух стран в пользу стратегического партнёрства через СМИ. И как верно подметила «Вашингтон Пост»: если западные СМИ «Россию с подачи Вашингтона превозносят – в ней видят надёжного геополитического партнёра и безопасный регион для инвестиций» [34].

Россия предпринимает усилия, чтобы повлиять на иностранное общественное мнение. Это и запуск телеканала Russia Today и семинары, проводимые с зарубежными соотечественниками, выставки русского искусства, деятельность Радио России и т.д. Показательно и то, что постепенно приходит понимание роли пиар-компаний в разъяснении позиций России по различным международным проблемам. Примером такого понимания явилась совместная работа медиа-подразделения Оргкомитета саммита «большой восьмёрки» в Санкт-Петербурге с всемирно известной компанией Ketchum¹ – (вместе с компаниями Maslov PR – официальный представитель Ketchum в России и Portland PR, ранее работавшей на британского премьера Тони Блэра). На компанию работает несколько сот авторов по всему миру. Она использует свои многочисленные связи в журналистских и издательских кругах, имеет влияние на редакторов. «То, что компания справилась со своей задачей, очевидно, и те, кто её нанял, должны быть довольны», – отмечал известный лоббист Э. Лозан-

¹ Компания Ketchum была основана в 1923 г, сейчас является одним из крупнейших в мире пиар-агентств – у неё 23 отделения и 44 филиала в Европе, Азии, Северной и Латинской Америке. Политический пиар никогда не был специализацией компании, но Ketchum сама себя позиционирует как агентство, способное оказать весь спектр пиар-услуг в любой сфере. Эта компания проводила кампанию по пропаганде Афин как столицы Олимпийских игр 2004 года, в число её клиентов входят Disney и Pepsi.

ский. И он не ошибся. «Мы высоко ценим оказанные консультационные и методологические услуги... Приобретённый значительный опыт станет хорошим дополнением к имеющимся наработкам», – заявил руководитель медиа-подразделения Оргкомитета саммита «большой восьмёрки» Д. Песков.

Плоды этой деятельности оценили в Кремле ещё до начала саммита. «Одни и те же издания становятся более сбалансированными. Если раньше они размещали только негативную информацию России, то сейчас, если вы посмотрите, – одну негативную и одну позитивную» [8] – объяснял в беседе с корреспондентом «Известий» высокопоставленный кремлёвский чиновник.

В свою очередь, эксперт по связям с общественностью и лоббистской деятельности американской юридической фирмы Veneble Джеймс Джатрас (James Jatras) ставит усилиям Ketchum не больше чем твёрдую «тройку».

«Вначале они хорошо реагировали на негативные комментарии письмами издателю, – говорил Джатрас. – Но по мере приближения саммита количество отрицательных комментариев возрастало, и они уже справлялись со своей задачей хуже. Меня удивило отсутствие положительных редакционных статей в западных СМИ и то, что общий тон репортажей о России не улучшался. Однако они организовали превосходное интервью Путина с Мэттом Лауэром из NBC. В итоге даже многочисленные недоброжелатели России должны с сожалением признать, что саммит в Петербурге стал большим успехом администрации Путина. Поэтому можно сказать, что Ketchum и все остальные привлечённые стороны внесли в это свой вклад.

На вопрос о том, превратится ли привлечение западных пиарщиков из разового опыта в постоянную практику, тот же Д. Песков уклончиво ответил: «Решение о Ketchum принимал Оргкомитет, в который входят и представители администрации президента. Любое решение, касающееся следующего года, будет приниматься уже в другом формате» [8].

Конечно, освещение саммита в Санкт-Петербурге – разовый проект, значительно важнее обеспечить позитивное восприятие России Западом не в связи с каким-то отдельным мероприятием, а в целом. Президент России Д. Медведев в интервью с ведущим канала НТВ Кириллом Поздняковым, говоря об образе России, заявил: «Мы должны быть прогнозируемым, сильным и комфортным партнёром для наших соседей» [12]. И здесь без пиарщиков не обойтись. Пока же, по мнению известных специалистов, Москва проигрывает информационную войну (даже маленькая Грузия обошла Россию во время конфликта с Южной Осетией и Абхазией). «Ситуацию можно поправить, – считает Лозанский, если только в Кремле поймут, что заниматься этим надо постоянно». Важно не отталкивать людей, изначально дружелюбно настроенных, но не следует забывать и об обиженных. Надо разговаривать с украинцами, поляками, чехами, грузинами, прибалтами. Даже в том случае, если это не всегда приятные люди. Всё это так. Только... очень хочется задать два коротких вопроса: «Поймут ли?» и «Будут ли?». Как говорят на Руси: «Поживём – увидим!».



Литература

1. Бай Е. Российские деньги в США – кто их даёт и кто берёт // Известия,

2006, 30 января

2. Бёрнс Уильям. Путь к взаимопониманию // Известия, 2007, 27 июня

3. Бинецкий, А.Э. Лоббизм в современном мире / А. Э. Бинецкий М.: ТЕИС, 2004 247 с.

4. Бжезинский Зб. Выбор. Глобальное господство или глобальное лидерство. М.: Междунар. отношения. 2005. 288.

5. Власть в жизни и наука о власти. Словарь-справочник / Под общ. ред. В. Ф. Халилова. М., 2004. 324 с.

6. Известия. 2005. 30 ноября

7. Известия. 2006. 30 января

8. Известия. 2006. 01 августа

9. Известия. 2007. 29 января

10. Известия. 2007. 01 ноября

11. Известия. 2008. 11 марта

12. Известия. 2009. 27 июля

13. Известия. 2009. 30 июля

14. Известия. 2009. 31 августа

15. Ильченко Ю.Н. Группы давления. М., 1998. 128 с.

16. Костяев С. Что такое российское лобби в США // Известия, 2005, 13 октября

17. Коэн Ст. Провал крестового похода. США и трагедия посткоммунистической России М.: АИРО-XX, 2001. 304 с.

18. Лавров Сергей. «Об антироссийской кампании, развёрнутой в западных СМИ»/ Интервью телеканалу ТВЦ. Москва, 2009. 25 февраля

19. Лозанский Э.Д. Россия между Америкой и Китаем. М.: Междунар. отношения, 2007. 288 с.

20. Лозанский Эдуард. Когда начнёт работать российское лобби в США? // Международная жизнь, 2006, № 6, с. 87-101.

21. Лозанский Э. Этнос и лоббизм в США. О перспективах российского лоббизма в Америке / Э. Лозанский. – М.: Междунар. отношения, 2004. – 246 с

22. Пелоси Нэнси. У нас с Россией общие цели. Мы должны доверять друг другу // Известия, 2007, 19 марта

23. Пушков А. Внешняя политика России. // Независимая газета, 1995. 16 ноября.

24. Российская газета, 2006, 2 февраля.

25. Российская газета, 2007, 24 июля

26. Российская газета, 2009, 20 августа

27. Черёмушкин П. С кем лоббировать наши интересы? // Известия, 2008, 11 марта

28. Colton T. and McFaul M. Almanac. Carnegie Endowment for International Peace. 1999. 248 p.

29. Лоббирование в Украине. [Электронный ресурс]. URL: <http://lobbying.com.ua/> [27.02.2010 г.]

30. Lobbism Today. New York. Harper, 2002. 193 p.

31. Lozansky E. Russia Feels Isolated as NATO Grows. – Washington Times. – Sept. 23. 1996.

32. National Journal. 2003. № 1. P. 38-56.

33. Smith H. The Power Game. N. Y. 1988. 229 p.

34. Washington Post, Jan. 5. 2003

35. Washington Post, Jan. 28, 2006