

КТО ТАКОЙ ЛОББИСТ И ПОЧЕМУ ЭТО ПРОФЕССИЯ

В этой главе читатель знакомится с лоббистом не как с мифическим закулисным интриганом, а как с живым человеком сложной, но нужной профессии.



Он не шепчет в ухо, он умеет слушать. А потом говорит ровно столько, сколько надо, и тому, кому нужно.

НАЧНЁМ С ЧЕСТНОГО ПОРТРЕТА

Представьте себе человека, который одновременно немного политик, немного актёр, немного юрист, немного психолог и сильный стратег. Он не кричит с трибуны, не ломает дверь. Он договаривается. Иногда мягко, иногда жёстко, иногда вовсе не сам — через других.

Это и есть **лоббист** — тот, кто умеет соединять интерес и власть. В идеале — легально, грамотно и без шума.

КЕМ ОН ТОЧНО НЕ ЯВЛЯЕТСЯ?

- ♦ **Не мошенник.** Если вы всё ещё думаете, что лоббист — это тот, кто «решает вопросы», забудьте. Это уже не профессия, а криминальная хроника.
- ♦ **Не просто знакомый депутата.** Знать кого-то — не значит уметь влиять. Главное — не связь, а система.
- ♦ **Не пиарщик,** хотя они часто работают рядом: пиарщик продаёт образ, лоббист продаёт аргумент.

ЛОББИСТ — ЭТО ПРОФЕССИЯ

И это работа — тяжёлая, почти как у врача, только вместо скальпеля — аналитика, вместо истории болезни — повестка. И очень много «неотложек».

Один день может начинаться с мониторинга законопроекта, продолжаться обедом с помощником сенатора и завершаться ночной доработкой аналитической записки по просьбе клиента. А на следующее утро — встреча в комитете и сообщение от клиента: «Что-то пошло не так. Надо срочно».

Возникновение профессионального лоббизма — результат эволюции систем управления. Там, где появляется разделение властей, гражданское общество, политическая конкуренция и отраслевой диалог, возникает потребность в посредниках — людях, которые умеют переводить интерес на язык решений.

ТИПЫ ЛОББИСТОВ: КТО ЕСТЬ КТО

- ♦ **Старый волк.** Бывший чиновник или депутат. Знает всех. Говорит мало. Часто угрожающе молчит. Когда произносит: «У меня есть один номер», — это не про телефон, а про статью бюджета.
- ♦ **Аналитик с душой переговорщика.** Любит схемы, таблицы, карты влияния. Но также знает, в какой момент нужно подарить книгу министру.
- ♦ **Фрилансер влияния.** Работает по проектам. Один раз — для производителей вина, другой — для ассоциации школьного питания. Всегда на грани дедлайна, всегда на связи.
- ♦ **Корпоративный дипломат.** GR-директор крупной компании. Официальный титул. Костюм, машина, утро в Совфеде, вечер на панельной дискуссии.
- ♦ **Тихий гений.** Никто не знает, как его зовут, но он есть в переписке у всех помощников и замов. Он не «влияет» — он формулирует. Часто пишет лучшие доклады от имени других.

ОДИН ДЕНЬ ИЗ ЖИЗНИ ЛОББИСТА

06:45 Чтение новостей: утекла правка в закон, клиент в панике.

08:30 Звонок помощнику депутата:
«Вы сегодня в здании?»»

09:15 Утренний брифинг в компании.
Готовим меморандум.

12:00 Обед с сотрудником аналитического центра. Пробрасываем идею через экспертов.

14:00 Работа с юридическим отделом:
корректируем формулировку в поправке к закону.

17:30 Переписка с журналистом:
«Не хотите сделать текст о последствиях этого закона?»»

20:00 Ужин с представителем ассоциации:
ищем союзников.

22:00 Редактируем документ.
Найти не хочется — интересно.

ГЛАВНЫЕ КАЧЕСТВА ЛОББИСТА

- ♦ **Спокойствие.** Даже если закон рушит отрасль, лицо должно быть как у Будды.
- ♦ **Стратегическое мышление.** Как в шахматах: если ты не думаешь на три хода вперёд, ты — пешка.
- ♦ **Налаженные контакты.** Не обязательно иметь сотни связей — важно иметь нужные.
- ♦ **Хорошо подвешенный язык.** Лоббист умеет говорить так, чтобы не сказать лишнего и при этом сказать всё.
- ♦ **Умение ждать.** Иногда лучшее, что можно сделать, — это ничего не делать, а просто появиться в нужный момент в нужном месте.

Ироничный факт напоследок

По опросу американских лоббистов, главное качество успешного специалиста — **умение не бесить собеседника**. Кажется, это универсально.

Вывод

Лоббист — это не тень, не махинатор и не волшебник. Это человек, который знает, как устроен механизм принятия решений, и умеет вставить в него нужную шестерёнку — с улыбкой, вежливостью и точностью хирурга.

ЗАЧЕМ ЛОББИЗМ БИЗНЕСУ, ОБЩЕСТВУ И ВЛАСТИ

Эта глава отвечает на ключевой вопрос: почему вообще кто-то должен иметь право влиять на власть и как это может работать в пользу всех. Зачем нужен лоббизм и почему без него нельзя — ни бизнесу, ни обществу, ни самому государству.



*Интересы не умеют говорить.
Лоббист — это их голос.*

ИНТЕРЕС — ЭТО ДВИГАТЕЛЬ ПОЛИТИКИ

Любое решение власти — от изменения налогов до ограничения соли в чипсах — затрагивает чьи-то интересы. И каждый хочет, чтобы его интерес был учтён. Но интересы не разговаривают. Зато разговаривают те, кто умеет их продвигать.

Вот тут и появляется лоббизм как **способ согласования интересов с реальностью власти**. Если всё делать правильно, результатом становится разумное решение. Если всё делать криво, получаем перекосяк, скандалы и «закон, принятый в интересах непонятно кого».

ПОЧЕМУ ЛОББИЗМ — ЭТО НОРМАЛЬНО

Потому что иначе власть начинает жить в вакууме. Она не знает, как её решения влияют на реальный сектор. Лоббизм — это не каприз, а канал связи между интересом и институтом.

КТО ИСПОЛЬЗУЕТ ЛОББИЗМ И ЗАЧЕМ?

- ♦ **Бизнес.** Чтобы защитить отрасль, не утонуть в её регулировании или, наоборот, получить льготы для развития.

Пример. Во Франции виноделы через своё профессиональное объединение добились исключения ограничения для региональных вин в антирекламном законе о вреде алкоголя. Иначе бы в стране, где вино как воздух, все рекламные лозунги пришлось бы заменить на призывы: «Пейте воду, граждане».

- ♦ **Регионы.** Чтобы получить финансирование, включение в нацпроект или добиться изменений в федеральном законе.

Пример. Один из субъектов РФ, не имеющий выхода к морю, годами добивался льгот для своих рыбопереработчиков — и добился. Через депутатов, экспертные советы и... несколько деликатных ужинов.

- ♦ **Общественные и некоммерческие организации.** Чтобы быть услышанным в дебатах о социальной политике, правах, экологии и культуре.

Пример. В Германии кампания *Greenpeace*¹ по запрету одноразовой пластиковой упаковки началась с петиций и митингов, а закончилась изменением законодательства. Работа велась через медиа-давление, союз с бизнесом и переговоры с партиями. В итоге с 3 июля 2021 года запрещена продажа одноразовых пластиковых трубочек, пищевых контейнеров и приборов. Розничные торговцы обязаны использовать многоразовые альтернативы из стекла или металла. За незаконное производство пластика предприятию грозит штраф в размере 100 тысяч евро.

- ♦ **Международные игроки.** Чтобы пробиться на рынок, защититься от дискриминации или... по-тихому увести талантливых специалистов. Здесь лоббизм — это уже геополитика.

¹ Организация признана нежелательной на территории РФ.

КОГДА ЛОББИЗМ РАБОТАЕТ ВО БЛАГО

- ◆ Когда бизнес **не просит денег**, а предлагает решение.
- ◆ Когда общество **поддерживает инициативу**, а не кричит на митинге.
- ◆ Когда чиновник **не боится** принять смелое, но обоснованное решение.

Значит ли это, что всё всегда гладко? Нет.

Лоббизм — это не магия. Это тяжёлая системная работа по построению доверия между интересами и властью.

КОГДА ЛОББИЗМ СПАСАЕТ

Кейс 1. Как лоббизм спас российский автопром

В начале 2000-х годов российские автопроизводители рисковали проиграть конкуренцию импорту. С помощью лоббистских структур были выработаны меры: льготы для локализации, субсидии, таможенные пошлины. Кто-то считал это протекционизмом, кто-то — спасением отрасли. Но результат превзошёл ожидания: десятки иностранных брендов пришли строить заводы.

Кейс 2. Закон о лекарствах в США

В США родители детей, страдающих редким заболеванием, спинальной мышечной атрофией (СМА), долго не могли добиться регистрации жизненно важного препарата. Они объединились, нашли лоббистов, и за девять месяцев Управление по контролю качества пищевых продуктов и лекарственных средств (*Food and Drug Administration, FDA*) пересмотрело подходы и одобрило применение необходимого лекарства. Без крика — через аргумент.

ПОЧЕМУ ЛОББИЗМ — ЭТО ПРО РАВНОВЕСИЕ

В мире, где власть далека от проблемы, а люди далеки от власти, лоббизм становится мостом. Если убрать его, никто не будет знать, что на самом деле нужно обществу.

Но и если отдать лоббизм в руки только сильных: крупного бизнеса, ресурсных групп, влиятельных фондов, — то мост станет односторонним. Поэтому лучший лоббизм — это **соревнование аргументов**, а не война кошельков.

ЛОББИЗМ — ЭТО НЕ ТОЛЬКО ПРО ВЫГОДУ, НО И ПРО ЗАЩИТУ

Иногда важно не допустить решения. Убрать лишний пункт в законе, остановить вредную реформу, защитить от давления. Это тоже часть работы лоббиста: не только продвигать, но и останавливать.

Вывод

Лоббизм нужен, потому что:

- ◆ решения должны учитывать реальность;
- ◆ власть не может знать всё и всех;
- ◆ интересы не могут защищать себя сами;
- ◆ аргумент — это лучший способ повлиять, чем истерика, митинг или взятка.

*Лоббизм — это Wi-Fi
между обществом и государством.
Отключите его — и всё начнёт тормозить.*
