

УДК 324

Влияние групп интересов на избирательный процесс в США

Сардар Алаа

Аспирант,
кафедра теории политики и коммуникации,
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского,
603950, Российская Федерация, Нижний Новгород, просп. Гагарина, 23;
e-mail: alaa.saradar89@gmail.com

Аннотация

В политической системе США группам интересов отводится значительное место. Они оказывают сильнейшее влияние на внутреннюю и внешнюю политику. Рассматривая политическое устройство США, невозможно не затронуть деятельность групп интересов. В ходе проведения избирательной кампании в Америке кандидат не получает финансовой поддержки от государства. Очевидно, что участие в избирательном процессе, сопровождающееся масштабной рекламной кампанией, стоит дорого, поэтому занять высокий пост без значительных финансовых затрат не представляется возможным. Поэтому именно в этот период, когда идет борьба между кандидатами и неизвестен результат избирательной кампании, кандидат наиболее подвержен влиянию и нуждается в поддержке групп интересов. Статья раскрывает особенности влияния групп интересов на избирательный процесс в США. Рассмотрены причины возникновения лоббизма в исполнительной власти, основные группы интересов, оказывающие влияние на политическую власть, современные механизмы взаимодействия в рамках лоббизма, а также особенности лоббирования интересов групп влияния в ходе президентских выборов в США.

Для цитирования в научных исследованиях

Сардар А. Влияние групп интересов на избирательный процесс в США // Теории и проблемы политических исследований. 2019. Том 8. № 3А. С. 136-146.

Ключевые слова

Группа интересов, избирательный процесс, лоббизм, политический институт, плюрализм, выборы, внутренняя политика.

Введение

Современное общество предполагает сотрудничество между государством и гражданским обществом, результатом которого является процесс создания и реализации политических решений. Государство выступает в качестве института, который стремится учесть интересы общества. Гражданское общество, в свою очередь, представляет собой сферу частных интересов. Поэтому в современной политике возрастает роль институтов, которые осуществляют функцию посредника между государством и гражданским обществом, который лоббирует социальные интересы в политической сфере, определяя общий политический курс. Таким образом, группы интересов являются добровольными организациями, которые созданы для выражения и представления интересов входящих в них людей во взаимоотношениях как с другими группами и политическими институтами, так и внутри самих организаций [Bentley, 1967].

Заинтересованные группы влияют на государственные институты через конкретных официальных лиц или государственных деятелей. Наиболее подходящей возможностью для взаимодействия с высокопоставленным лицом или чиновником является участие в избирательном процессе.

В данной работе под избирательным процессом понимается последовательная деятельность, заключающаяся в подготовке и проведении выборов в соответствии законодательством. Настоящее исследование посвящено изучению избирательного процесса в ходе выборов президента США.

Одной из самых эффективных и распространенных форм взаимодействия групп интересов и представителей власти является лоббизм. В узком смысле лоббизмом называют консультационную, посредническую деятельность лоббиста, обеспечивающего представительство в органах власти. В широком понимании лоббизм – это целая система взаимоотношений заинтересованных лиц и их объединений с лоббистами и представителями власти.

Термин «лобби» (буквально – «кулуар», «коридор») в американской политической лексике впервые был применен в 1808 г. в ходе работы Конгресса США 10-го созыва [Вишняков, 2001]. Затем слово «лобби» использовалось для обозначения определенных лиц, имеющих контакт со значимыми политическими персонами. В настоящее время термины «лобби», «лоббист», «лоббизм» широко применяются в США и за их пределами. Для обозначения лоббизма в избирательном процессе главных лиц государства используют термины «президентский лоббизм» (presidential lobbying), «лоббизм исполнительной власти» (executive branch lobbying), «правительственный лоббизм».

Исследование групп интересов, их влияния на выборы в США и лоббизма с последней четверти XX в. является одной из актуальных тем в политической науке, потому что именно в Америке зародился и получил самое масштабное развитие политический институт лоббизма, включающий 100 000 профессиональных лоббистов и демонстрирующий расходы на данную деятельность свыше 3 млрд долларов в год [Болдырев, 2017].

Цель настоящего исследования заключается в изучении влияния групп интересов на избирательный процесс в США. Поставленная цель обусловила необходимость решения следующих задач:

- изучение возникновения и развития института групп интересов в США;

- анализ законодательных актов, регулирующих правовое положение заинтересованных групп и лоббизма в США;
- изучение закономерностей и особенностей проведения выборов в США;
- анализ средств и методов влияния заинтересованных групп лиц на избирательную деятельность в США;
- изучение возможности применения опыта лоббистской деятельности в России.

Литературный обзор

В ходе настоящего исследования были использованы следующие группы источников.

Среди нормативных источников следует упомянуть Конституцию США, которая гарантирует свободу слова [Крашенинникова, 2013, т. 1]. Первая поправка к Конституции гарантирует право народа обращаться с петициями к органам государственной власти, аргументируя существование групп интересов и являясь базой для дальнейшего правового регулирования их деятельности.

Юридической базой функционирования групп интересов и их лоббистской деятельности являются Федеральный закон о лоббировании 1946 г., Закон о прозрачности лоббистской деятельности 1995 г., Этический кодекс лоббиста, разработанный американской лигой лоббистов (American League of Lobbyists), поправки к Федеральному закону о прозрачности лоббистской деятельности 1998 г. (Lobbying Disclosure Technical Amendments Act), Федеральный закон о прозрачности и отчетности при осуществлении лоббистской деятельности 2006 г. (Lobbying Transparency and Accountability Act), Федеральный закон о честном лидерстве и открытости власти 2007 г. (Honest Leadership and Open Government Act), Налоговый кодекс США (IRC), Исполнительный акт (указ президента США) «Меры по обеспечению ответственного расходования фонда федеральных инвестиций» 2009 г. (Ensuring Responsible Spending of Recovery Act Funds), правила деятельности лоббистов и power brokers, введенные исполнительными органами власти США и обеими палатами Конгресса [Лафитский, 1993]. Законодательные акты некоторых штатов дополняют и уточняют правила ведения лоббистской деятельности, но по большей части дублируют федеральное законодательство.

Федеральный закон об избирательных кампаниях, решения Верховного суда, комментарии Федеральной избирательной комиссии к действующему законодательству являются правовой базой по финансированию избирательного процесса группами интересов.

Статистические публикации избирательных компаний позволяют получить детальную информацию о финансировании выборов теми или иными группами интересов, определить степень влияния лоббистских мероприятий на избирательный процесс. Публикации научно-исследовательских центров, институтов и общественных организаций также помогают исследователям получить информацию и дать объективную оценку проведению избирательных кампаний и деятельности групп интересов. В США это Институт Брукинга, Центр стратегических и международных исследований Джорджтаунского университета, Американский предпринимательский институт. В России Институт социально-экономических и политических исследований и Институт США и Канады РАН публикуют результаты научных исследований политических процессов в США. Западные периодические издания пристально отслеживают финансирование президентских выборов в США. «Washington Post», «New York Times», «Economist» публикуют обзоры и аналитические материалы на тему президентского лоббизма и являются актуальным источником получения информации по предмету настоящего исследования.

Существуют различные точки зрения касательно природы групп интересов и их влияния на демократическую основу американского государства. Большинство американских исследователей сходятся во мнении, что лоббизм групп интересов является неотъемлемой частью либеральной демократии и основой гражданского общества.

Основатели «теории заинтересованных групп» А. Бентли [Bentley, 1967] и Д. Трумэн [Truman, 1951] изучали финансирование избирательных процессов и других форм участия групп интересов в выборах. Так, в своей работе «Процесс управления» Д. Трумэн дает всесторонний анализ роли групп давления на всех стадиях избирательного процесса как на местном, так и на федеральном уровне.

Бентли как основоположник плюралистической теории (Countervailing Theory of Pressure Politics) утверждал, что политика в США представляет собой соперничество различных групп, которые отстаивают свои групповые интересы. Результирующим вектором в данном случае как раз становится общественный интерес. По мнению Бентли, одна конкретная группа не сможет оказать исключительное влияние на государственную власть, поэтому устанавливается баланс между заинтересованными группами. Кандидат в ходе предвыборной кампании получает финансовую, информационную и иную поддержку из большого количества источников, поэтому невозможно определить степень его исключительной признательности одной конкретной группе.

Сторонниками и противниками, но в той или иной мере продолжателями изучения влияния групп интересов на избирательный процесс были Р. Даль, М. Олсон, М. Юзим, Т. Дай, Х. Зиглер, Р. Патнам. Одной из последних крупных зарубежных публикаций было издание Р. Чари, Дж. Хогана, Г. Мерфи под названием «Мировая компаративистика регулирования лоббистской деятельности»¹.

Отечественная наука долгое время не признавала существование политического института лоббизма. Считалось, что лоббизм представляет собой завуалированный подкуп и взяточничество. Советский ученый не мог представить, что региональные, этнические, профессиональные группы ставят свои интересы выше классовых.

В 1980-е гг. научные публикации Н.Г. Зяблюка² расширили границы видения политической системы США отечественными учеными. Зяблюк рассматривал финансирование избирательного процесса в США как косвенную форму лоббистского воздействия, называя его «методом на грани» прямого подкупа, что объясняло восприятие лоббизма как коррупции.

Среди отечественных историографов большой вклад в изучение групп влияния и лоббизма исполнительной власти также внесли работы В.Н. Даниленко, Н.А. Сахарова, Н.С. Серегина, А.С. Вишнякова и др.

В целом рассматриваемая тема в зарубежной (американской) и отечественной политологии разработана достаточно полно, но разрозненно. Поэтому изучение перечисленных групп литературных источников позволяет рассмотреть предмет исследования с различных точек зрения и составить общую картину влияния заинтересованных лиц на избирательный процесс.

¹ См.: Чари Р., Хоган Дж., Мерфи Г. Мировая компаративистика регулирования лоббистской деятельности. М.: Центр по изучению проблем взаимодействия бизнеса и власти, 2011. 340 с.

² См., например: Зяблюк Н.Г. Лоббизм в процессе принятия решений по вопросам внешней политики США. М.: ИНИОН РАН СССР, 1979; Зяблюк Н.Г. США: лоббизм и политика. М.: Мысль, 1976.

Научная значимость данного исследования заключается в систематизации имеющегося большинства публикаций и исследований по вопросам функционирования групп интересов и их лоббистской деятельности в ходе выборов, а также в учете влияния групп интересов на избирательный процесс последних двух президентов США Б. Обамы и Д. Трампа, так как именно этот современный период политического лоббизма является наименее изученным.

Материалы и методы

Предмет настоящего исследования имеет прямое отношение к политической науке, поэтому при изучении явлений в своем развитии важно анализировать информацию в историческом аспекте. В ходе написания данной статьи был использован междисциплинарный подход, основанный на истории и политологии.

Применение системно-структурного подхода при написании работы позволило рассмотреть исследуемые объекты как системы, имеющие сложную структуру и состоящие из взаимосвязанных элементов. Группы интересов США и правовая основа их деятельности являются сложными системами. Изучаемые явления, связанные с лоббистской деятельностью групп интересов, представляют собой подсистемы политической системы США.

Применение институционального подхода в работе предполагает проведение анализа действующих в обществе политических институтов. Группы влияния, политические партии, государство в данном исследовании рассматриваются как политические институты. Особенностью групп влияния является тот факт, что они функционируют на «входе» политической системы США.

Применение ретроспективного метода позволило проанализировать основные этапы в развитии политического процесса США, а также отследить историю изменений главных политических институтов Америки, в частности эволюцию взаимодействия групп интересов с другими политическими институтами.

Сравнительный метод дает исследователю возможность установить различия и особенности изучаемых явлений во времени и между собой, определить источники изменений, выделить особенности в контексте исторических условий и глобального развития. В ходе изучения политических явлений используют количественные и качественные сравнения. Качественные сравнения используются для сопоставления важных характеристик, например лоббистских требований заинтересованных лиц. Количественные сравнения поддаются измерению и свидетельствуют о политических явлениях или событиях в цифрах как в отдельном регионе или стране, так и в сравнении с другими регионами или странами.

Результаты

В соответствии с целью данной статьи в ходе проведения исследования были получены результаты, отраженные в следующих утверждениях.

- 1) Главной функцией группы интересов является отстаивание интересов заинтересованных лиц через взаимодействие с институтами государственной власти. Это привело к возникновению политического института лоббизма, который воздействует на законодательном и административном уровне на государственные органы, защищая интересы различных групп и объединений.
- 2) Увеличение значимости лоббизма обосновано расширением социальной базы. В настоящее время большинство социальных групп активно отстаивают свои интересы

посредством лоббирования госорганов, ранее лоббирование применяли лишь крупные социальные субъекты (корпорации, профсоюзные организации). Кроме того, лоббизм стал механизмом воздействия не только на высокопоставленных лиц, он применяется в отношении всех центров власти и управления. Существенно увеличилось количество обращений, редкие контакты групп влияния с высокопоставленными чиновниками переросли в стабильно функционирующий отлаженный механизм взаимодействия групп интересов и органов власти. Таким образом, лоббизм в настоящее время является политическим институтом, представляющим собой совокупность специальных методов и механизмов воздействия на выработку и реализацию государственной политики.

- 3) В ходе становления и расширения лоббистской базы происходило профессиональное становление лоббистской деятельности. Современный лоббист в своей профессиональной деятельности, предполагающей оказание возмездных услуг по лоббированию интересов групп, обязан быть экспертом в области законодательства и юриспруденции, свободно ориентироваться в политическом процессе, а также специальных вопросах представляемой группы, обладать коммуникабельностью, умением вести переговоры и иметь навыки публичного выступления.
- 4) Анализируя методы лоббизма, следует отметить два основных направления воздействия. Прямой лоббизм заключается в непосредственном взаимодействии групп интересов с представителями органов власти путем создания каналов связи, организации встреч. В задачи непрямого лоббизма входит оказание влияния на процесс принятия политических решений через формирование общественного мнения в пользу определенной позиции.
- 5) Деятельность лоббистов регламентирована на законодательном уровне. Каждый лоббист зарегистрирован в специальном реестре, обязан публиковать отчеты о проделанной работе, взаимодействии с определенными группами лиц, раскрывая финансовые и организационные моменты ведения дел.
- 6) Президентский лоббизм, или лоббизм исполнительной власти, является неотъемлемым компонентом политического процесса в США и среди всех видов лоббизма получил в Америке наибольшее распространение путем финансирования избирательных кампаний кандидатов в президенты США.
- 7) Комитеты политического воздействия являются главным инструментом в системе финансирования избирательного процесса кандидата группами интересов. На сегодняшний день группы интересов посредством этих комитетов оказывают финансирование предвыборной кампании кандидата, в разы превосходящее средства партийных организаций. Поэтому финансовая помощь со стороны оказывает на кандидата большее влияние, чем поддержка выдвигающей партии. Характерной является ситуация, когда группы влияния оказывают финансовую поддержку сразу обоим кандидатам, что гарантирует им поддержку исполнительного лица при любых результатах голосования.
- 8) Финансовая поддержка избирательных кампаний президентов, конгрессменов группами интересов всегда относилась к разряду наиболее спорных методов лоббистов с точки зрения этики. Со стороны может показаться, что выборы президента страны, олицетворяющей пример демократии и свободы, в реальности используются группами интересов для лоббирования частных интересов в политический процесс. Тем не менее влияние групп интересов на избирательный процесс находится под пристальным вниманием правоохранительных органов и Конгресса. В современных исследованиях

подчеркивается, что в США лоббизм в форме взяточничества на сегодняшний момент не работает [Лоббизм в США..., 2013]. Полностью избежать коррупции очень сложно, но громкая огласка теневых сторон лоббизма приводит к ужесточению законодательства и обозначает неприемлемые варианты взаимодействия с властью (например, дело Джека Абрамоффа).

- 9) Анализируя взаимодействие власти с группами влияния, стоит упомянуть, что их заинтересованность носит взаимный характер. Глава государства стремится поддерживать дружеские отношения со своими спонсорами, рассчитывая на их поддержку в будущем и придавая отношениям долгосрочный характер, что подтверждается рядом должностей чиновников в Белом доме, в обязанности которых входит поддержка связей с группами влияния.
- 10) Заслуживает быть отмеченным тот факт, что действенным механизмом политического процесса США является общественное мнение. Мнение граждан США находится под пристальным вниманием исследовательских институтов, анализируется и учитывается в политических программах кандидатов, а также активно формируется прежде всего государством в его же целях.
- 11) В настоящее время отмечается возросшее значение интернет-среды для лоббизма исполнительной власти. Началом новой информационной эпохи в избирательном процессе стал рост числа пользователей сети Интернет. Результатом смещения лоббистской деятельности в сеть стали создание красочного и разнообразного контента, использование возможностей таргетированной рекламы, пропагандистская работа с не задействованными ранее группами избирателей. Именно в сети Интернет Б. Обама впервые заявил о своем намерении выдвигаться на пост президента США, потом пользователи интернет-пространства способствовали сбору подписей для выдвижения его кандидатуры, а затем и сбора средств для проведения избирательной кампании. Кампания Трампа успешно повторила опыт Обамы. Онлайн-каналы помогли Трампу собрать \$0,25 млрд пожертвований. Несмотря на то, что это в два с половиной раза меньше, чем у Обамы в 2012 г., Трамп стал абсолютным рекордсменом Республиканской партии по сбору малых (до \$200) пожертвований с населения, причем в августе 2016 г. он опережал по этому показателю даже демократов. Ключевым инструментом избирательного процесса Д. Трампа являлись крупнейшие рекламные интернет-платформы мира Facebook и Google, которые помогли политику наладить связь с избирателями быстрее, дешевле и точнее, чем традиционные СМИ. Немаловажную роль сыграли платформа Twitter и видеосервис YouTube, на котором в день президентских выборов команда Трампа выкупила все рекламное пространство и запустила серию агитационных роликов. Помимо этого, важное значение имели социальная сеть Snapchat, порталы Politico и Breitbart News. Для сравнения стоит упомянуть, что суммарные предвыборные затраты Клинтон и Трампа составили 1,3 и 0,8 млрд долларов соответственно, причем Клинтон сделала ставку на дорогостоящую рекламу на телевидении, что оказалось ошибочным действием [Соловей, 2017].
- 12) Среди крупнейших групп влияния в США выделяют: техническое лобби, в которое входят Google, Apple, Amazon и Microsoft, лишь только Google в 2018 г. потратил более \$21 млн на лобби федерального уровня; лобби горнодобывающей отрасли, в период 2007-2010 гг. им было потрачено на это почти \$100 млн; лобби оборонной промышленности; лобби индустрии агробизнеса, в него входят Kraft, Unilever, Phillip

Morris и др., они ежегодно тратят \$150 млн, финансируя кампании по изменению законодательства через Конгресс США; нефтяная промышленность всегда шла на одной волне с законодателями, Big Oil тратит больше средств на лоббирование, чем любая другая группа: около \$150 млн было потрачено в 2010 г.; финансовое лобби – это самые большие траты, достигающие сотни миллионов долларов; наряду с финансовыми лоббистами, индустрия фармацевтических и медицинских товаров исторически была одним из самых больших и мощных лоббистов в Вашингтоне; пенсионная сфера; израильское лобби. По данным Центра ответственной политики, избирательный процесс Трампа финансировали представители крупного бизнеса (\$20 млн), квартирного лобби (\$3 млн), а также медицинского лобби (\$2 млн).

Обсуждение

Каждое государство имеет свою специфику политического устройства. Рассматривая институт лоббизма и влияния групп интересов на избирательный процесс, можно свидетельствовать о функционировании эффективного плюралистического института формирования политических решений.

Опыт США демонстрирует, что законодательное регулирование лоббизма за последние десятилетия изменилось очень существенно в сторону более строгого и даже жесткого регулирования, что должно обеспечить максимальную открытость лоббизма и соблюсти демократические процедуры.

Проведение исследования отчасти было затруднено тем, что неизбежно затрагиваются сугубо этические аспекты, многое зависит от того, как расставлены акценты: можно говорить как об узаконенном подкупе политиков, так и об одном из каналов связи между гражданским обществом и государственными институтами. На это указывает и очень высокая стоимость проведения предвыборной кампании, что сводит на нет принцип равенства возможностей.

Не вызывает сомнений то, что Россия может использовать положительный опыт США и перенять знания в области лоббирования исполнительной власти. Однако предпринятые попытки заимствовать Россией основные идеи института лоббизма в США пока находятся в заторможенном состоянии, что свидетельствует о нежелании властных структур переходить к открытому диалогу с группами интересов.

Все это говорит о необходимости дальнейшего исследования роли заинтересованных групп в финансировании избирательного процесса. При всей значимости изученных работ исследователей они не исчерпывают многих проблем, связанных, например, с низким процентом участия в выборах в США. Для автора данной статьи особенно актуальным представляется дальнейшее исследование возможностей и методов применения института лоббизма в России.

Заключение

По сравнению с другими странами, группы интересов в США играют особенно заметную роль в политической жизни. Около 30% американцев тем или иным образом, на частичной или полной основе, участвуют в деятельности различных групп интересов; кроме того, вступление в группы и разрешение с их помощью проблем сообщества более свойственны США, чем другим странам. Поэтому неудивительно, что политологи, пишущие о группах интересов, заостряют внимание на США как на самом наглядном примере политической системы, в

которой интересы представлены именно таким образом. Многие рассматривают группы интересов как исходные «кирпичи», из которых состоит американская политическая жизнь.

В западной политической науке имеются разные мнения о том, почему в американском обществе и политике такое значение придается группам. Также стоит отметить, что США представляют собой сообщество большого количества разных общностей, в котором представлены различные расы, национальности, религии, культуры и языки, поэтому такое разнообразие постоянно напоминает о существовании и функционировании групп, задействованных в различных видах деятельности с целью защитить и укрепить благосостояние своих членов.

Финансирование избирательных кампаний в США традиционно является одним из основных методов лоббистской деятельности. Едва ли не с самого зарождения американской государственности группы интересов рассматривали предоставление денег на выборах как эффективный способ обеспечить последующее влияние на политиков и в конечном счете добиться от официальных лиц принятия нужных им решений. По мере усиления полномочий главы исполнительной власти все больше заинтересованных групп значительное внимание стали уделять финансированию президентских выборов. Исторически лидирующую роль в этом процессе играл большой бизнес – монополистический капитал США.

Тенденции, обозначившиеся в американском избирательном механизме в XXI в., а именно стремительный рост стоимости кампаний при высокой степени зависимости результата выборов от денежных затрат, вынудили кандидатов уделять все возрастающее внимание поиску источников финансирования и, соответственно, попадать в большую зависимость от заинтересованных групп, располагающих необходимыми средствами. Особенно актуальным поиск денежных средств в этот период стал для кандидатов, претендующих на президентский пост впервые: превосходящие предвыборные расходы позволяли им более или менее успешно соперничать с конкурентом, уже находящимся в Белом доме.

Рост стоимости избирательных кампаний, помимо всего прочего, способствовал укреплению двухпартийной системы: представители третьих партий и независимые кандидаты не в силах были изыскать необходимые средства и составить сколько-нибудь серьезную конкуренцию претендентам от ведущих партий. В то же время две основные партии США, не располагавшие достаточной финансовой базой, не могли не попасть в денежную зависимость от заинтересованных групп.

Эти тенденции, усугубленные практически полным государственным невмешательством в данную сферу, создали условия для активного участия заинтересованных групп в избирательных кампаниях.

Благодарности

Автор статьи выражает свою признательность исследователям и ученым, которые внесли свой вклад в изучение политики США, а также средствам массовой информации, преимущественно сети Интернет, которые позволяют расширить границы изучения опубликованных материалов, провести всесторонний анализ вне зависимости от местоположения исследователя, опираясь на самые актуальные и современные источники. Особая благодарность моему научному руководителю за содействие в поиске литературных источников для анализа и изучения предмета работы, а также за помощь в оформлении данной статьи.

Библиография

1. Болдырев В.Е. Факторы успеха Д. Трампа и Республиканской партии на прошедших выборах // США и Канада: экономика, политика, культура. 2017. № 3. С. 34-47.
2. Вишняков А.С. Группы интересов и финансирование президентских выборов в США: 70-е – 90-е годы XX века: автореферат дис. ... канд. полит. наук. Нижний Новгород, 2001. 24 с.
3. Волчкова Ю.В. Влияние групп интересов на внутреннюю политику государства в США // Сборник статей по материалам XLII студенческой международной научно-практической конференции «Научное сообщество студентов XXI столетия. Общественные науки». Новосибирск, 2016. URL: [https://sibac.info/archive/social/5\(41\).pdf](https://sibac.info/archive/social/5(41).pdf)
4. Дорофеева Е.А. Субъекты и механизмы современного политического процесса в США: автореф. дис. ... канд. полит. наук. Владивосток, 2005. 23 с.
5. Крашенинникова Н.А. и др. История государства и права зарубежных стран: в 2 т. М.: Норма, 2013. Т. 1. 720 с.
6. Лафитский В.И. (сост.) Соединенные Штаты Америки: Конституция и законодательные акты. М.: Прогресс-Универс, 1993. 768 с.
7. Лоббизм в США: как осуществляется лоббизм в США и что можно позаимствовать для России. М., 2013. 81 с.
8. Логвиненко Д.В. Группы интересов в политической системе США: теория и практика // Известия АлтГУ. 2014. № 4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/gruppy-interesov-v-politicheskoy-sisteme-ssha-teoriya-i-praktika>
9. Павроз А.В. Группы интересов и лоббизм в политике. СПб.: СПбГУ, 2006. 186 с.
10. Серегин Н.С. Президентские выборы в США: исторические тенденции и эволюционные изменения (последняя четверть XX века): автореф. дис. ... канд. ист. наук. М., 2001. 20 с.
11. Соловей В.Д. Цифровая мифология и избирательная кампания Дональда Трампа // Полис. Политические исследования. 2017. № 5. С. 122-132.
12. Худoley Д.М. Понятие избирательного процесса // Вестник Пермского университета. Юридические науки. 2015. Вып. 2. С. 18-28.
13. Bentley A. The process of government: a study of social pressures. Cambridge, 1967. 502 p.
14. Dür A., De Bièvre D. The question of interest group influence // Journal of public policy. 2007. Vol. 27. No. 1. P. 1-12.
15. Lobbying Disclosure Act of 1995. URL: <http://www.lobbying.ru/docs/lda.pdf>
16. Truman D.B. The governmental process. Political interests and public opinion. New York, 1951. 544 p.

The influence of interest groups on the election process in the USA

Alaa Sardar

Postgraduate,
Department of the theory of politics and communication,
Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod,
603950, 23, Gagarina av., Nizhny Novgorod, Russian Federation;
e-mail: alaa.saradar89@gmail.com

Abstract

In the political system of the USA, interest groups occupy a significant place. They have considerable influence on the domestic and foreign policy of the United State of America. Considering the political system of the USA, it is impossible not to deal with the activities of interest groups. During election campaigns in America, candidate do not receive any financial support from the state. The article points out that participating in the election process, accompanied by a large-scale advertising campaign, is obviously expensive, thereby it is not possible to occupy a high position without significant financial expenditures. When there is some competition among candidates and the result of the election is unclear, candidates are greatly affected and need assistance from interest groups. The author of the article makes an attempt to reveal the features of the influence of interest groups on the election process in the USA. The article carries out an analysis

of the causes of lobbying in the executive power, identifies the main groups of interests that influence the political power, describes the modern mechanisms of interaction within the framework of lobbying, as well as the features of lobbying interests of interest groups during presidential elections in the USA.

For citation

Sardar A. (2019) Vliyanie grupp interesov na izbiratel'nyi protsess v SShA [The influence of interest groups on the election process in the USA]. *Teorii i problemy politicheskikh issledovaniy* [Theories and Problems of Political Studies], 8 (3A), pp. 136-146.

Keywords

Interest group, election process, lobbying, political institution, pluralism, elections, internal policy.

References

1. Bentley A. (1967) *The process of government: a study of social pressures*. Cambridge.
2. Boldyrev V.E. (2017) Faktory uspekha D. Trampa i Respublikanskoj partii na proshedshikh vyborah [The factors that led to D. Trump and the Republican Party's success in the last election]. *SShA i Kanada: ekonomika, politika, kul'tura* [The USA and Canada: the economy, politics, culture], 3, pp. 34-47.
3. Dorofeeva E.A. (2005) Sub"ekty i mekhanizmy sovremennogo politicheskogo protsessa v SShA. *Doct. Diss. Abstract* [Subjects and mechanisms of the modern political process in the USA. *Doct. Diss. Abstract*]. Vladivostok.
4. Dür A., De Bièvre D. (2007) The question of interest group influence. *Journal of public policy*, 27 (1), pp. 1-12.
5. Khudolei D.M. (2015) Ponyatie izbiratel'nogo protsessa [The concept "election process"]. *Vestnik Permskogo universiteta. Yuridicheskie nauki* [Bulletin of Perm University. Legal sciences], 2, pp. 18-28.
6. Krashennnikova N.A. et al. (2013) *Istoriya gosudarstva i prava zarubezhnykh stran: v 2 t.* [A history of state and law in foreign countries: in 2 vols.], Vol. 1. Moscow: Norma Publ.
7. Lafitskii V.I. (comp.) (1993) *Soedinennye Shtaty Ameriki: Konstitutsiya i zakonodatel'nye akty* [The United States of America: the Constitution and legislative acts]. Moscow: Progress-Univers Publ.
8. Lobbizm v SShA: kak osushchestvlyayetsya lobbizm v SShA i chto možno pozaimstvovat' dlya Rossii [Lobbying in the USA: how lobbying in the USA is carried out and what can be borrowed for Russia] (2013). Moscow.
9. Lobbying Disclosure Act of 1995. Available at: <http://www.lobbying.ru/docs/lda.pdf> [Accessed 28/03/19].
10. Logvinenko D.V. (2014) Gruppy interesov v politicheskoi sisteme SShA: teoriya i praktika [Interest groups in the political system of the USA: theory and practice]. *Izvestiya AltGU* [Bulletin of the Altai State University], 4. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/gruppy-interesov-v-politicheskoy-sisteme-ssha-teoriya-i-praktika> [Accessed 28/03/19].
11. Pavroz A.V. (2006) *Gruppy interesov i lobbizm v politike* [Interest groups and lobbying in politics]. St. Petersburg: Saint Petersburg State University.
12. Seregin N.S. (2001) Prezidentskie vybory v SShA: istoricheskie tendentsii i evolyucionnye izmeneniya (poslednyaya chetvert' XX veka). *Doct. Diss. Abstract* [Presidential elections in the USA: historical trends and evolutionary changes (the last quarter of the 20th century). *Doct. Diss. Abstract*]. Moscow.
13. Solovei V.D. (2017) Tsifrovaya mifologiya i izbiratel'naya kampaniya Donal'da Trampa [Digital mythology and Donald Trump's election campaign]. *Polis. Politicheskie issledovaniya* [Polis. Political studies], 5, pp. 122-132.
14. Truman D.B. (1951) *The governmental process. Political interests and public opinion*. New York.
15. Vishnyakov A.S. (2001) Gruppy interesov i finansirovanie prezidentskikh vyborov v SShA: 70-e – 90-e gody XX veka. *Doct. Diss. Abstract* [Interest groups and the financing of the presidential elections in the United States: from the 1970s to the 1990s. *Doct. Diss. Abstract*]. Nizhny Novgorod.
16. Volchkova Yu.V. (2016) Vliyanie grupp interesov na vnutrennyuyu politiku gosudarstva v SShA [The influence of interest groups on the domestic policy of the USA]. *Sbornik statei po materialam XLII studencheskoj mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii "Nauchnoe soobshchestvo studentov XXI stoletiya. Obshchestvennye nauki"* [Proc. 42nd Int. Conf. "The scientific community of students in the 21st century. Social sciences"]. Novosibirsk, Available at: [https://sibac.info/archive/social/5\(41\).pdf](https://sibac.info/archive/social/5(41).pdf) [Accessed 28/03/19].