

# Свет и тени лоббизма



**Виктор ГЕРМЕНЧУК,**  
кандидат исторических  
наук, доцент

Отношение к такому явлению, как лоббизм, всегда было сложным и неоднозначным, а лоббисты воспринимались и воспринимаются как лица с подмоченной репутацией. Очевидно, в силу этого обстоятельства лоббизм до настоящего времени относят к темным сторонам политической жизни. Вместе с тем он постоянно мимикрирует, пытаясь приобрести благопристойный вид.

Любое исследование на тему политики, по меткому замечанию известного американского политолога М. Паренти, всегда затягивает нас в спорные в высшей степени области, где почти нет места беспристрастности [1]. Это в полной мере относится к такому политическому явлению и институту, как лоббизм. Его трансформацию легко проследить по самым популярным определениям, которые используются в современной литературе.

С одной стороны, лоббизм – это институт политической системы, процесс по продвижению интересов частных лиц и корпоративных структур в органах государственной власти с целью принятия выгодных политических решений. С другой – лоббизм (англ. lobbyism, от lobby – кулуары) рассматривается как прямой подкуп или давление на парламентариев и государственных служащих, целью которого является воздействие заинтересованных групп на курс государственно-политических институтов для реализации своих интересов. Одновременно под лоббизмом понимается система компаний и агентств крупных монополий и заинтересованных групп при органах государственной власти, оказывающих воздей-

ствие на законодателей и государственных чиновников в пользу того или иного решения при принятии законов, размещении правительственных заказов и т.п.

В последнее время лоббизм все чаще рассматривают как часть информационного процесса и сводят его к направлениям деятельности служб по связям с государственными органами, которые в изобилии создаются в частных и корпоративных структурах для работы с законодателями и правительственными чиновниками с целью формирования политического курса правительства. В этом смысле показательны попытки вовсе отказаться от использования понятия «лоббизм» и заменить его вполне нейтральным термином «представительство интересов». В результате такого манипулирования понятиями лоббисты превращаются в обычных специалистов по взаимодействию с государственными органами. Так общественность пытаются убедить в том, что лоббизм – это явление открытого общества, следствие естественного проявления плюрализма, один из способов воздействия на власть, и в этом смысле он является вполне необходимым и респектабельным демократическим институтом.

Для оправдания и легализации лоббистской деятельности используется не менее искусная демократическая риторика о защите интересов всех социальных слоев. Любое развитое общество представлено массой разных групп. Большинство конституций демократических государств гарантируют им право обращаться к правительству с соответствующими петициями, добиваться реализации своих требований через структуры управления. Организованные сообщества лиц, разделяющие определенные политические цели и стремящиеся влиять на по-

## ОБ АВТОРЕ

**ГЕРМЕНЧУК Виктор Васильевич.**

Родился в 1950 году в Гомельской области. В 1975 году окончил исторический факультет Белорусского государственного университета. Работал преподавателем, доцентом на кафедре истории КПСС этого вуза. С 1989 по 1991 год – доцент, заведующий учебным отделом Высшей партийной школы, первый проректор созданного на ее базе Института политологии и социального управления. С 1991 года работает в Академии управления при Президенте Республики Беларусь.

Кандидат исторических наук (1984), доцент (1987).

Автор около 60 научных работ, в том числе 4 монографий.

Сфера научных интересов: вопросы государственного управления, кадровой политики и государственной службы.

литику государства, называются группами интересов. Их деятельность способствует развитию демократии, расширяет представительство внутри политической системы. Путем повышения уровня информированности политиков, чиновников и общества группы интересов активно влияют на формирование политической повестки дня. Одним из направлений их деятельности является также мониторинг важных для группы правительственных программ и давление на соответствующие органы власти с целью реализации принятых решений.

Представителями групп интересов обычно выступают лоббисты. Они берут на себя роль посредников. Их основными функциями являются артикуляция и репрезентация интересов, давление на государственную власть с целью принятия нужных решений. Здесь востребованы знания и опыт взаимодействия с государственными органами, личные и деловые связи с «нужными» людьми. Нанимая лоббиста и оплачивая его услуги, заказчики рассчитывают, как минимум, на одобрение и поддержку в правительственных кругах определенной политики и защиту своих интересов. Поэтому наличие влиятельных лоббистов в этой сфере вроде бы не должно вызывать беспокойства. Они, де, только одна из форм организованной подачи соответствующих обращений и часть информационного процесса между гражданами и властными структурами. Легализация такой деятельности воспринимается как показатель высокой политической культуры общества, а создание правовых рамок для нее позволяет узаконить то, что в принципе служит интересам повышения эффективности государственного управления.

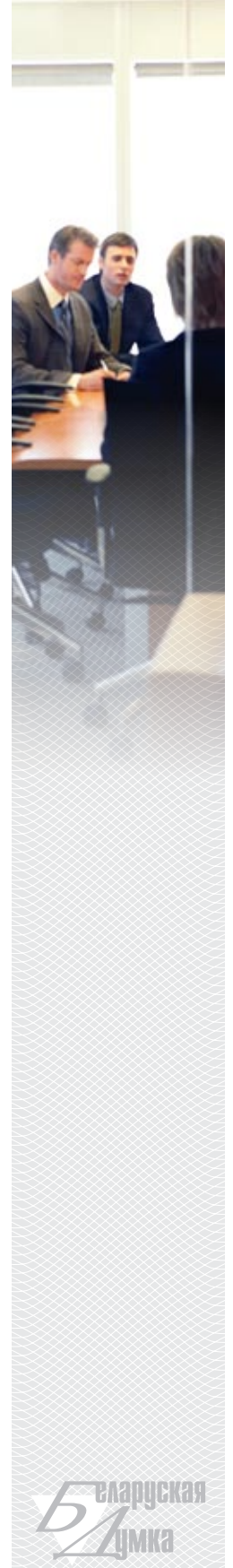
Перевод защиты определенных частных и групповых интересов на язык законов – одна из особенностей развития западных правовых и политико-административных систем. Более того, подобная практика рассматривается как большое завоевание демократии и благо для общества. Однако, когда речь заходит о современном лоббизме и технологиях лоббистской деятельности, трудно понять, чего здесь больше: реальной демократии или лукавства? Остается загадкой, почему группам, выступающим с важными общественными инициативами, необходимо действовать в обход официальных механизмов артикуляции, репре-

зентации и представительства интересов? Потому неудивительно, что лоббизм, как особая разновидность деятельности в политике и управлении, долгое время и не без основания оценивался негативно и рассматривался скорее как нелегальная деятельность по давлению на официальную власть, источник повышенной опасности для государства и общества.

В США, которые не без основания считаются родиной лоббизма, это понятие с середины XIX века приобрело исключительно негативный смысл. Лоббизм здесь понимался как покупка голосов в коридорах конгресса, причина коррупции на всех уровнях государственной власти. Лоббистов считали сомнительными в этическом плане людьми. В XX веке в США лоббистская деятельность приобрела более цивилизованный характер. Этому способствовали реформы системы государственного управления и государственной службы, которые сделали их более открытыми для общественности.

В 1946 году был принят закон о лоббистской деятельности. Он несколько упорядочил взаимоотношения лоббистов с парламентариями и чиновниками, снизил риски от их деятельности. Далее формы и методы лоббизма совершенствуются. Наблюдается постепенная эволюция теневых и нелегальных форм влияния на органы государственной власти к открытым методам воздействия на принятие политических решений. Развитие прикладных научных исследований в этой области позволило поставить лоббистскую деятельность на профессиональную основу. Она получила название Government Relations (GR), а GR-менеджеры (джиарщики) стали представителями престижной и высокооплачиваемой профессии. Отдельные из них смогли поднять свою деятельность до уровня настоящего искусства, стать подлинными королями лобби (Rex Vestiari).

Однако общественное мнение США и других стран в отношении лоббизма по-прежнему расколото. Многие считают эту деятельность занятием, «недостойным настоящего джентльмена». Повод для подобных умозаключений дают сами лоббисты. Громкие скандалы последних лет, связанные с деятельностью известных американских специалистов GR Джека Абрамоффа и Рэнди «Герцога» Каннинхэма, приоткрыли многие секреты этих мастеров закулисных



игр, коррупционные схемы их воздействия на представителей органов государственной власти. В специальном «меню взяток», изготовленном на официальном бланке Конгресса, они предлагали его членам отдых с игрой в гольф, прогулки на собственных яхтах, вечеринки в знаменитом отеле «Уотергейт» с девушками сомнительной репутации. Этими благами пользовались не только конгрессмены, но и многие высокопоставленные деятели президентской администрации. Их отзывчивость на просьбы лоббистов объяснялась также возможностью получить пожертвования на новую избирательную кампанию, инсайдерскую информацию с фондовой биржи, многотысячные гонорары за чтение лекций, выгодные кредиты, высокооплачиваемые должности в бизнесе после ухода с государственной службы [2; 3].

Основные особенности и механизмы лоббистской деятельности приоткрывают существующие в политологической литературе классификации лоббизма, перечень его основных субъектов и методов лоббирования. Различают лоббизм внешний и внутренний (встроенный), извне и изнутри государственных структур. Выделяют лоббизм ведомственный, отраслевой, региональный, информационный, иностранный, по отношению к существующей политико-правовой системе – легальный и нелегальный. По видам структур, на которых направлено воздействие, – это органы законодательной и исполнительной власти, судебные и контрольные органы, местные органы управления и т.д.

По методам и типу воздействия бывает лоббизм прямой и косвенный. Первый предполагает личные контакты с официальными лицами. Такое персональное лоббирование применяется нередко в сочетании с участием рядовых членов групп интересов и сочувствующих, как то: кампании по направлению писем и телефонные обращения, пикетирование, организация демонстраций или маршей. Активно используются информационные кампании в СМИ, цель которых – получение поддержки общества и его устойчивого интереса к определенным проблемам. Развитие информационного общества дополнило арсенал методов лоббизма широким использованием электронной почты, Интернета, факсимильной связи, что значительно облегчает

и удешевляет организацию и координацию деятельности групп интересов.

Субъектами легальной (урегулированной законом) лоббистской деятельности считаются обычно независимые юридические и физические лица, выступающие от имени и в интересах иных организаций. Они обязаны зарегистрироваться в специальных органах, работать в рамках установленных законом форм и методов и периодически предоставлять отчеты с перечислением клиентов и сумм денег, которые они получили и потратили. Однако на практике в качестве лоббистов нередко выступают депутаты всех уровней, выборные и назначаемые должностные лица, чиновники многочисленных министерств и ведомств, представители СМИ, зарубежных государств, политических партий и общественных организаций, профессиональных объединений, крупные бизнесмены и предприниматели, просто «нужные и влиятельные люди», имеющие определенные связи в политических и деловых кругах.

Есть все основания утверждать, что практика лоббирования является одним из основных механизмов процветания плутократии, то есть власти от имени и в интересах богатых. По оценкам исследователей, крупный бизнес обладает серьезными преимуществами в этой сфере. Во-первых, он способен угрожать правительству сворачиванием своей деловой активности, что неизбежно скажется на экономических успехах страны. Во-вторых, может привлекать значительные средства для лоббистской деятельности и с выгодой эксплуатировать политическую систему. Старый афоризм гласит: «Доллар голосует больше раз, чем человек». Для большинства рядовых граждан затраты на поддержку своих инициатив являются расходами. Для бизнеса – это инвестиции, которые способны приносить огромную прибыль [4].

Сегодня по показателям лоббистской деятельности с США успешно конкурируют многие страны Европы и Юго-Восточной Азии, где отношение к лоббизму традиционно было более сдержанным и подозрительным. На решения Европейской комиссии в Брюсселе, например, пытаются активно влиять около трех тысяч лоббистских организаций, свыше половины которых представляют интересы крупных корпораций. Примерно столько же структур «работают»





с депутатами Европарламента. Набирает обороты лоббистская деятельность в странах Центральной и Восточной Европы, хотя она имеет свои отличительные черты и осуществляется, чаще всего, в более примитивных формах.

В России годовой объем рынка GR составляет, по мнению экспертов, 100 млн долларов. Сюда включены бюджеты профессиональных ассоциаций, консультационных и юридических фирм, GR-подразделений российских и западных корпораций. Однако, по нашему мнению, эта цифра явно занижена, о чем свидетельствуют многочисленные факты. Так, полноценная лоббистская кампания в России оценивается в настоящее время в 300 тыс. долларов. При наличии системных противников в лице конкурентов или значимых министерств и ведомств эта сумма возрастает до миллиона.

Заповедником системного лоббизма в России называют нижнюю палату российского парламента. Не отстают от своих коллег и представители верхней палаты парламента – Совета Федерации. С тем уточнением, что российские олигархи и влиятельные бизнесмены часто предпочитают действовать самостоятельно в продвижении интересов своего бизнеса. «Хождение во власть» на должности сенаторов обеспечивает не только необходимое влияние, но и защиту от назойливого внимания налоговых, контрольных и правоохранительных органов. По оценкам журнала Forbes, российский парламента является самым богатым в мире. До недавних пор его членами были 12 долларовых миллиардеров, в том числе три депутата Госдумы и 9 членов Совета Федерации. По неофициальной информации, кресло в Федеральном собрании стоит от 1 до 3 млн долларов.

Занимаются лоббизмом и многие представители исполнительной власти. Очевидно, не без основания в рейтинги наиболее известных лоббистов, составляемые «Независимой газетой», входили и входят руководители и сотрудники Администрации Президента, члены российского правительства, губернаторы, высокопоставленные чиновники всех уровней и т.д. Многие бывшие крупные чиновники после ухода с государственной службы стали владельцами и совладельцами различного рода лоббистских фирм, их ключевыми специалистами.

Более того, они без стеснения рассказывают в своих многочисленных интервью, что опыт работы в государственных органах и оставшиеся связи с их сотрудниками являются основой успешной деятельности на новом поприще. Не обделены они и в плане личных доходов. По оценкам экспертов, зарплата вице-президента средней компании по GR составляет 5–7 тыс. долларов в месяц. В крупных корпорациях, таких как «Газпром», ВТБ 24, АФК «Система», «Роснефть», ВР и других, топ-менеджер по GR получает 15–20 тыс. долларов плюс ежегодная премия и различные бонусы. Весьма прилично выглядят и зарплаты начинающих специалистов. Так, в компании «Газпром» рядовые GR-специалисты получают порядка 3 тыс. долларов в месяц. В среднем по рынку GR-специалист получает 150 тыс. российских рублей, руководитель направления – 400 тыс. плюс бонусы. Одновременно растет на 15 % в год количество запросов на GR-специалистов в кадровых агентствах [4].

Кадровая миграция между властью и бизнесом приобрела такие размеры, что вызвала необходимость принятия специального указа президента России, в котором уточняется, кому из высокопоставленных чиновников придется в течение двух лет после увольнения с государственной службы спрашивать разрешения специальных правительственных комиссий на трудоустройство в коммерческие организации, связанные с их прежней сферой деятельности. В круг таких людей попали не только руководители высшего ранга, но и руководители департаментов, помощники, советники и др. Нарушение этого требования грозит серьезными последствиями. Оно может стать основанием для признания ничтожными сделок, в которых участвовал бывший чиновник, а доход, полученный по таким сделкам, может быть взыскан в пользу государства.

Однако, несмотря на эти препятствия, лоббистская деятельность в России процветает. Очевидно, власть и бизнес вполне устраивает сложившаяся ситуация. Только этим можно объяснить, почему проект закона «О лоббистской деятельности в федеральных органах государственной власти» уже более 10 лет блуждает по кабинетам парламента. А усилия Государственно-правового управления Президента Российской Федерации подготовить проект закона

о регулировании лоббистской деятельности встречаются противодействие.

Объективности ради следует отметить и положительные тенденции в развитии лоббистской деятельности. Новое поколение джигарщиков не желает нести ответственность за грехи предшественников. Они выступают за легализацию и правовое регулирование такой деятельности, пытаются придать ей более цивилизованный характер, обосновать и доказать обществу необходимость и ценность своей профессии. Значительно обновляются технологии работы с органами власти, методы воздействия на процесс принятия государственных решений. Создан специальный Российский профессиональный портал о лоббизме и GR в Интернете: LOBBYING.RU. Здесь представлена информация об объектах и субъектах общественно-политического, отраслевого, регионального и иностранного лоббизма, общий список персоналий (3747), исследователей лоббизма (51), организаций (205), компаний (381) и лоббистских фирм (10) в России. Размещаются новости, еженедельные прогнозы, мероприятия и публикации по лоббизму и GR, рейтинги лучших лоббистов, обобщается опыт их работы. Действует Центр по изучению проблем взаимодействия бизнеса и власти. Издается журнал о лоббизме и GR. Реализуются важные исследовательские проекты и образовательные программы. Проводятся симпозиумы, конференции и круглые столы. Цель всех этих мероприятий – легализация лоббирования и других технологий взаимодействия бизнеса и власти, отказ от использования теневых и коррупционных схем, перевод деятельности лоббистов в сферу открытых и предсказуемых отношений [5].

Достижение консенсуса дается с большим трудом. Лоббирование было и часто остается «проталкиванием» нужных законов и решений на национальном, местном и международном уровне, поэтому устойчиво рассматривается как отрицательное явление, одна из основных патологий госаппарата, наряду с бюрократизмом и коррупцией. Многие исследователи на большом фактическом материале доказывают, например, что «коррупция представляет собой особую нелегальную форму лоббирования». Они приводят многочисленные примеры существования «черных схем лоббизма» в государственных органах, разного рода

силовых и правоохранительных структурах, что превращает их в своеобразные закрытые акционерные общества. Лоббирование корыстных интересов власти и бизнеса, отдельных политических и экономических групп достигло, по их мнению, таких невероятных масштабов, что представляет угрозу национальной безопасности. Намечалась потенциальная возможность формирования корпоративистского государства в виде административно-экономического комплекса, который приватизирует в своих интересах характерные для государства властные функции, отказываясь в то же время от выполнения большей части социальных функций и обязательств [6]. Во многих странах альянс корпоративной элиты с правительством правой ориентации получил вполне прозрачные названия «мафиозного капитализма», «капитализма олигархов» и «кумовского капитализма». В связи с этим вызывают серьезные возражения попытки некоторых российских исследователей делить лоббизм на «хороший» и «плохой». И тем более предлагать «определение реальной роли цивилизованного лоббизма в качестве не только инструмента ограничения коррупции в государственных органах, но и существенного ресурса повышения качества управления государством» [7]. Всякие легальные действия по продвижению личных и корпоративных интересов должны осуществляться в рамках существующего правового поля, а отступления от него – вести к юридическим последствиям, предусмотренным соответствующими статьями действующего уголовного, гражданского и административного законодательства.

Подобные крайности в оценках и выводах вполне объяснимы. В любом обществе, в том числе среди представителей юридического сословия, всегда найдется группа людей, которая верит не столько в регулиющую роль хорошего законодательства, сколько в карающую силу правосудия. Однако есть явления и процессы, которые объективно находятся на тонкой грани света и тени, балансируют между открытостью и закрытостью, частными и общественными интересами. Они трудно поддаются формализации и юридической квалификации, требуют особых подходов и решений. Только этим обстоятельством можно объяснить усилия отдельных стран по регулированию лоббистской деятельно-

сти не только правовыми методами. Создаются кодексы депутатской, служебной и корпоративной этики, предпринимаются значительные усилия по повышению социальной ответственности политических и корпоративных элит.

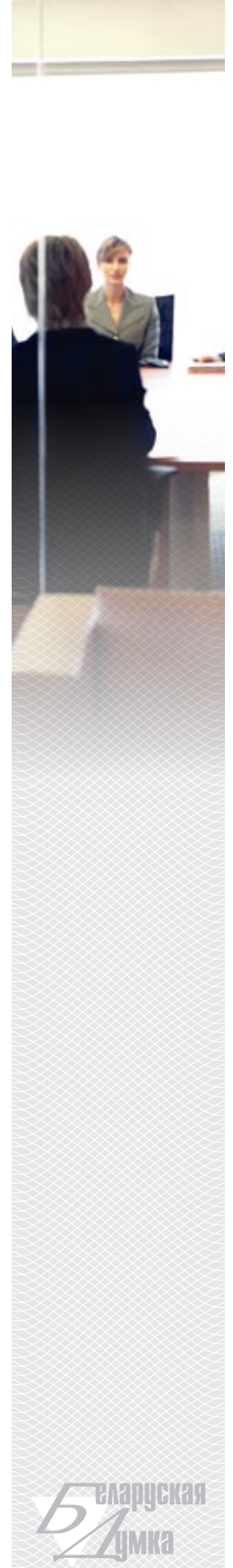
Развитие ситуации в России, острая научная и общественная полемика вокруг лоббистской деятельности представляют значительный интерес для нашей страны. Курс на либерализацию экономики, развитие государственно-частного партнерства, принятие Директивы № 4 Президента Республики Беларусь от 31 декабря 2010 года «О развитии предпринимательской инициативы и стимулировании деловой активности в Республике Беларусь» направлены на дальнейшее улучшение делового климата и повышение инвестиционной привлекательности нашего государства.

Новый этап диалога и сотрудничества власти и бизнеса предполагает формирование развитой конкурентной среды, внедрение современных управленческих технологий, упразднение необоснованных административных барьеров на пути развития деловой инициативы. Создание безбарьерной деловой среды для всех субъектов предпринимательской деятельности (государственных и частных, отечественных и иностранных) вызывает необходимость одновременных позитивных изменений в области определения правил ведения бизнеса и развития добросовестной конкуренции, формирования полноценного партнерства частной и государственной форм собственности для динамичного и устойчивого развития общества, повышения благосостояния и качества жизни населения. Опыт наших соседей на Западе и Востоке свидетельствует, что масштаб и новизна названной стратегии требуют адекватных ответов от представителей власти, бизнеса и научного сообщества. Основой консенсуса должно стать принципиальное положение белорусской модели развития о приоритете национальных интересов в совместных усилиях по превращению страны в развитое и процветающее государство для народа.

Американские политологи Г. Лассуэлл и А. Рогоу в своей книге «Власть, коррупция и честность» [8] убедительно доказывают, что «честность не расходится с властью. Власть не обязательно ведет к коррупции или, наоборот, облагораживает. Взаимосвязь чест-

ности и власти зависит от условий, от различных факторов в структуре личности и в обществе». Идея справедливости, служения и человеческого достоинства в качестве цели и смысла государственной деятельности способна не только воодушевить, но и стать реальным средством наведения порядка во власти и обществе. Речь идет не только о модернизации системы государственного управления, обновлении, укреплении и развитии кадрового потенциала госаппарата. Не менее важной представляется необходимость воспитания нового поколения предпринимателей и бизнесменов, для которых социальная ответственность, реализация национальных интересов станут залогом их личного успеха. Государственно-частное партнерство на такой принципиальной основе, транспарентность отношений бизнеса и власти обеспечат понимание и поддержку со стороны общества курса на либерализацию белорусской экономики. Одновременно позволят во многом избежать тех проблем и трудностей, которые связаны с преобладанием узко понимаемых корпоративных интересов, способствующих развитию теневого лоббизма, бюрократизма и коррупции.

Консолидированная позиция белорусского делового сообщества по этому вопросу, сформулированная в Национальной платформе бизнеса Беларуси – 2013 «Стратегия опережения», внушает определенный оптимизм. В ней нет ни слова о лоббизме и хорошо представлены существующие в нашей стране стратегии, формы и методы отношений государства и бизнеса. Вместе с тем Платформа страдает определенной непоследовательностью и противоречивостью. Например, утверждается, что частный бизнес в нашей стране продолжает доказывать свою ценность для потребителей, государства и общества. Более того, он является одним из «основных фундаментов устойчивого национального развития». «Он вносит важный вклад в модернизацию экономики, в повышение социальных стандартов... Сдерживает бегство уникальных умов и профессиональных рук. Все больше предпринимателей ориентируются на производство современных товаров. Они стимулируют развитие регионов, связывают нашу страну инвестиционными потоками с мировыми лидерами. Частный бизнес лидирует в менеджменте, маркетинге и брендинге. Он





более продуктивен, эффективен и инновационен» [9]. Однако никаких примеров и цифр, подтверждающих это заключение, кроме отсылок к данным национальной статистики и выводам неких белорусских и международных организаций, нет.

Дальше – еще интереснее. Десятки страниц Национальной стратегии бизнеса посвящены критике белорусских властей и органов государственного управления за непоследовательность в деле изменения делового климата и дискриминацию малого бизнеса. Преодолению этих негативных явлений и процессов посвящена основная часть документа «Приоритетные направления реформирования делового климата страны в 2013 году». В качестве таковых называются добросовестная конкуренция, эффективная деbüroкратизация, регуляторная оптимизация, честная приватизация, полноценная модернизация и ответственное партнерство. Сформулировано 107 предложений по реализации этих направлений реформирования с требованиями уступок и преференций, допуска частного бизнеса к государственным активам и в сферы традиционной деловой активности и ответственности государства и др. В случае принятия правительством Беларуси этих предложений они могут стать основой полноценного частно-государственного партнерства. В свою очередь, бизнес-сообщество берет на себя задачи по про-

паганде и информационному сопровождению положений Платформы среди своих членов и в органах государственной власти. Одновременно декларируется проведение акций антикоррупционной направленности, позиционирование бизнес-сообщества как противника взяток, теневой экономики, мошенничества и кумовства [9]. При этом забывается, что их будущего партнера больше интересуют существующие возможности и способность бизнес-сообщества участвовать в развитии страны.

Особо следует обратить внимание на использование в тексте Платформы понятия «частно-государственное партнерство». В официальных государственных документах, в том числе Директиве № 4, используется термин «государственно-частное партнерство». Отсутствие корректности разработчиков в отношении общепризнанных понятий можно объяснить желанием показать превосходство над своими будущими партнерами, одновременно рассчитывая на конструктивный диалог бизнеса и власти в Беларуси. Мотивационные установки предопределяют поведенческие стратегии. Кроме того, политическая аналитика всегда отличалась отсутствием математической строгости и монополии на истину. Это в известной мере основа многовариантного развития. Кредо современного неолiberaлизма, отзвуки которого слышны в тексте Платформы – либерализация, приватизация и дерегулирование на основе принципов рыночного успеха и максимизации прибыли, – почти не оставило места для веры в созидательную силу государства. Однако активная замена в последние десятилетия политики и государства экономикой привела во многих странах к сужению пространства власти и управления на основе логики капитала и бизнеса. Мировой экономической кризис, который стал следствием подобной стратегии, расставил все по своим местам. Неолиберальный тезис о «врожденной мудрости бизнеса» и девиз «Меньше государства!» теряют свою убедительность не только в США, но и во всем мире. Большинство правительств озабочены необходимостью расширения роли и функций государства для обуздания «одичавшего капитала», создания равных для всех правил игры, соединения экономической эффективности с социальной ответственностью и справедливостью. ▀

## ЛИТЕРАТУРА

1. Паренти, М. Демократия для избранных: Настольная книга о политических играх США / М. Паренти; пер. с англ. В. Горбатко. – М.: Поколение, 2006. – 416 с.
2. Кляйн, Н. Доктрина шока. Становление капитализма катастроф / Н. Кляйн; пер. с англ. – М.: Добрая книга, 2009. – 656 с.
3. Соловьев, А. Как стать вождем. Страсти во власти / А. Соловьев. – М.: Коммерсантъ; Эксмо, 2011. – 272 с.
4. Крауч, К. Постдемократия / К. Крауч; пер. с англ. Н.В. Эдельмана / Гос. ун-т – Высшая школа экономики. – М.: Изд. дом Гос. ун-та – Высшей школы экономики, 2010. – 192 с.
5. Lobbying.ru / Российский профессиональный портал о лоббизме [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://lobbying.ru/>. – Дата доступа: 12.11.2013.
6. Административные реформы в контексте властных отношений: опыт постсоветских трансформаций в сравнительной перспективе / отв. ред. А. Олейник, ред. О. Гаман-Голутвина. – М.: РОССПЭН, 2008. – 367 с.
7. Бинецкий, А. Коррупция / А. Бинецкий. – М.: Известия, 2005. – 344 с.
8. Рогоу, Арнольд А., Лассуэлл, Гарольд Д. Власть, коррупция и честность / Арнольд А. Рогоу, Гарольд Д. Лассуэлл; пер. с англ., науч. ред. Т.Н. Самсонова / Рос. акад. гос. службы при Президенте РФ. – М.: Изд-во РАГС, 2005. – 176 с.
9. Национальная платформа бизнеса Беларуси – 2013: Стратегия опережения // Союз предпринимателей: Специальный выпуск № 3. – 2013. – № 5.