

# მარიანა ქეცხიშვილი\*

## ერთიანი ნაციონალური მოძრაობის ლობისტები აშშ-ში

### აბსტრაქტი

ამერიკელი ლობისტების დაქირავება ქართულ სინამდვილეში უკვე ჩვეულებრივ მოვლენად იქცა. როგორც საქართველოში დღეს მოქმედი, ისე ოპოზიციაში გადასული ყოფილი მმართველი პარტია ლობისტურ საქმიანობას ეწევა აშშ-ში.

კვლევა ეხება პარტია ერთიანი ნაციონალური მოძრაობის მიერ აშშ-ში განხორციელებულ ლობისტურ საქმიანობას 2012 წლის შემდეგ. ჩვენი ვარაუდით, რაც მეტი ფინანსური შესაძლებლობა გააჩნია პოლიტიკურ პარტიას, მით უფრო ფართომასშტაბიან ლობისტურ კამპანიას ახორციელებს აშშ-ში. კვლევის პროცესში შევისწავლეთ აშშ-ის იუსტიციის დეპარტამენტის ვებგვერდზე Fara.gov ატვირთული დოკუმენტები. ამ კონტრაქტებში წარმოდგენილია მხარეთა შეთანხმების საფუძველზე ლობისტური მომსახურების პირობები, დავალებების ჩამონათვალი, მომსახურების პერიოდი და გადასახდელი თანხა.

ერთიანი ნაციონალური მოძრაობა ხელისუფლებაში ყოფნის ცხრა წლის განმავლობაში საკმაოდ წარმატებულ და ფართომასშტაბიან ლობისტურ საქმიანობას ეწეოდა. 2012 წლის ოქტომბრის საპარლამენტო არჩევნებში დამარცხების შემდეგ, ერთიანი ნაციონალური მოძრაობა ლობისტურ კამპანიას უკვე ოპოზიციაში მყოფი ახორციელებს. შესაბამისად ლობისტებისთვის ფინანსური რესურსის მოძიება არა სახელმწიფო, არამედ საკუთარი ბიუჯეტიდან მოუწიათ. მათ მხოლოდ სამი ლობისტური კომპანია ყავთ დაქირა-

---

\* ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის პოლიტოლოგიის ინსტიტუტის მეცნიერ თანამშრომელი, ივ. ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის პოლიტიკის მეცნიერების მიმართულების დოქტორანტი.

ვებულის. ამათგან აქტიური კონტრაქტი დღეს მხოლოდ კომპანია Cogent strategies-თან აქვთ. ორივე ამერიკული კომპანიასთან ერთიან ნაციონალურ მოძრაობას ხელისუფლებაში ყოფნის დროსაც ჰქონდა კონტრაქტები გაფორმებული.

საკვანძო სიტყვები: ლობიზმი, ქართული ლობი, ერთიანი ნაციონალური მოძრაობა, აშშ.

### **შესავალი**

უცხო ქვეყნის ბევრ მთავრობასა თუ პოლიტიკურ სუბიექტს ჰყავს ლობისტები ამერიკის შეერთებულ შტატებში, რომლებიც მათ ინტერესებს წარმოადგენენ. შესაბამისად გასაკვირი არ არის, რომ დიდი ქვეყნები, რომლებიც მეტად ლობირებენ საკუთარ ქვეყანას, უკეთ არიან წარმოდგენილი, ვიდრე მცირე ქვეყნები. უცხო ქვეყნის წარმომადგენლები დაინტერესებულნი არიან ამერიკის მთავრობის მიერ მიღებული გადაწყვეტილებით, რადგან სწორედ იქ მიღებული ბევრი გადაწყვეტილება გავლენას ახდენს მათზე. (Nownes. 2013). შეერთებულ შტატებში, ლობირება თავისთავად წარმოადგენს ინტერესთა ჯგუფებისთვის პოლიტიკაზე გავლენის მოხდენის კანონიერ შესაძლებლობას (Jobst. 2002).

ზოგიერთი ქვეყანა ბევრ ფულს ხარჯავს დიდი რაოდენობით ლობისტების დაქირავებაში, რათა მნიშვნელოვანი კონტრაქტები დაამყაროს აშშ-ში და მოიძიოს მისთვის გამოსადეგი ინფორმაცია, მაშინ როცა სხვა ქვეყნები ქირაობენ მხოლოდ მცირე რაოდენობის ლობისტებს, მაგრამ ისინი ფოკუსირებულნი არიან აშშ-ს მთავრობას წარუდგინონ კონკრეტული დღის წესრიგი.

### **უცხოური ლობიზმის სამი ძირითადი მოდელი**

გამოიყოფა აშშ-ში ლობირების სამი ძირითადი მოდელი, რომლის მეშვეობითაც ახსნილია უცხო ქვეყნების წარმომადგენ-

ლების ლობისტური საქმიანობები აშშ-ში. „რეაქციული მოდელი“ („Reaction Model“) ვარაუდობს, რომ საგარეო ლობირების დროს ქვეყნების სურვილია იმოქმედონ ისე, რომ მათთან დაკავშირებული საკითხებმა აშშ-ის საზოგადოების ყურადღება მიიქციოს. ამ მოდელის თანახმად, უცხოური ქვეყნები შესაძლოა იმიტომ ხარჯავენ აშშ-ში ლობირებაზე ფულს, რომ მათ სურთ გამოხატონ რეაქცია ან უპასუხონ ვაშინგტონში არსებულ სიტუაციას. მაგალითად, როდესაც აშშ-ის კონგრესის განწყობა რომელიმე ქვეყნისადმი კრიტიკული ხდება, მაშინ ეს უკანასკნელი ცდილობს კონგრესს არსებული პრობლემის ირგვლივ დაანახოს ფაქტები სხვა კუთხით. გარდა ამისა უცხოურ ქვეყნებს უწევთ რეაგირება მოახდინონ ასევე აშშ-ს აღმასრულებელი ხელისუფლებისა და მედიის მხრიდან გამოხატულ ინტერესზე. ეს მოდელი პროგნოზირებს, რომ მნიშვნელოვანი ურთიერთკავშირი იქნება ორმხრივი საკითხების გასაჯაროების სიხშირესა და უცხოური ლობიზმის ძალისხმევის რაოდენობას შორის, რაც გაიზომება დახარჯული თანხითა და დროით. (kim, 1990).

„რესურს-მოდელი“ („Resource Model“) ვარაუდობს, რომ ქვეყნები, რომლებსაც ამის საშუალება აქვთ, მიმართავენ მეტ უცხოურ ლობირებას, რათა შეიქმნას მეგობრული ატმოსფერო ვაშინგტონში. ეს მოდელი ეფუძნება ვარაუდს, რომ ქვეყნები უფრო აქტიურად ახდენენ უცხოური წარმომადგენლობის დაქირავებას და გამოყენებას, მაშინ როდესაც გააჩნიათ მეტი ეკონომიკური რესურსი და მეტად ინფორმირებულნი არიან აშშ-ის პოლიტიკური სისტემის შესახებ. ამ მოდელის თანახმად, ქვეყნები მაშინ იწყებენ მოქმედებას, როდესაც შესაბამისი საკითხი გამოჩნდება დღის წესრიგში. ამასთანავე, ასეთი ეკონომიკურად ძლიერი და კარგად ინფორმირებული ქვეყნები, ივარაუდება, რომ ცდილობენ შეინარჩუნონ ვაშინგტონთან კეთილგანწყობილი ურთიერთობები და გრძელვადიანი ვალდებულებები, რასაც ლობისტების დახმარებით აღწევენ. (kim, 1990).

„ნორმათა მოდელი“ ("Norms Model") უშვებს, რომ უცხოური ლობიზმი იმის შედეგია, რომ ქვეყნები ვაშინგტონში იმავს აკეთებენ, რის კეთებასაც მიჩვეულნი არიან საკუთარ ქვეყანაში. იმისათვის, რომ უცხო ქვეყანაში მაქსიმალური ოპერირება მოახდინონ, მათ შორის ვაშინგტონში უცხოელი წარმომადგენლის საქმიანობის ჩათვლით, ქვეყნებს უწევთ ადგილობრივ ნორმებთან და დამკვიდრებულ წესებთან ადაპტაცია/ასიმილაცია. თუმცა რეალურად ასეთი ტოტალური ტრანსფორმაცია უკიდურესად რთულია, ზოგჯერ თითქმის შეუძლებელი. შესაბამისად, ამ უცხო ქვეყნების გადაწყვეტილებების მიმღები პირები ანალიზებენ სიტუაციას თავიანთ ქვეყნებში ჩამოყალიბებული პერსპექტივის ჩარჩოებიდან და იმ მიმართულებით მიდიან, რომელიც განპირობებულია მათი ადგილობრივი ღირებულებებითა და ნორმებით. მშობლიური ნორმები და ღირებულებები ზღუდავს მიზნებისა და საშუალებების არჩევანს. მაგალითად ქვეყნები, რომლებიც პლურალისტული არიან, მსგავსი ვაშინგტონში არსებული სისტემისა, უფრო მეტად მომზადებული არიან ჩაერთონ ვაშინგტონში არსებულ პროცესებში, ვიდრე ის ქვეყნები, რომელთათვისაც პლურალიზმი უცხო ცნებაა (Kim, 1990).

1938 წლის უცხოური აგენტის რეგისტრაციის აქტი (FARA) უზრუნველყოფს იურიდიულ არხს უცხოელებისთვის, სხვადასხვა მთავრობებისა და ბიზნესისთვის, რათა აშშ-ის მთავრობაზე ლობირებისათვის და აშშ-ის საზოგადოებრივ აზრზე გავლენის მოსახდენად (Gawande, 2009).

მთავარი შეზღუდვა ისაა, რომ ასეთმა უცხოელმა წარმომადგენელმა უნდა დაიქირაოს „ლობისტი“ აშშ-ში. მხოლოდ მათ შეუძლიათ დაუკავშირდნენ აშშ-ს მთავრობის წარმომადგენლებს უცხოური აგენტის სახელით ან საზოგადოებასთან ურთიერთობის კუთხით იმუშაონ კლიენტისთვის (Gawande, 2006). ინტერესთა ჯგუფები ირჩევენ ისეთი კანონმდებლების ლობირებას, რომლებიც მათი „მეგობრები“ არიან ან მათი პოზიცია რიგ საკითხებზე უფრო

ახლოსაა მათთან. ეს გულისხმობს, რომ უცხოელი დამქირავებლები იყენებენ FARA-ს აგენტებს, რათა აშშ-ს პოლიტიკოსების პრიორიტეტები თავის სასარგებლოდ გამოიყენონ. (Husted, 1991).

ამერიკელი ლობისტების დაქირავება ქართულ პოლიტიკურ სინამდვილეშიც უკვე ჩვეულებრივ მოვლენად იქცა. მიუხედავად იმისა, რომ საზოგადოებამ არაფერი იცოდა ქართული ლობიზმის შესახებ ამერიკის შეერთებულ შტატებში, საქართველო ჯერ კიდევ 1991 წლიდან ცდილობდა აშშ-სთან ლობისტური ურთიერთობების დამყარებას. სხვადასხვა ხელისუფლების პირობებში ლობისტების დაქირავების მასშტაბები განსხვავებულია, თუმცა ყველა პერიოდში იცავდნენ საქართველოს ინტერესებს აშშ-ში. ამჟამად, გარდა საქართველოს მთავრობისა, ოპოზიციაში გადასული ყოფილი მმართველი პარტიაც ეწევა ლობისტურ საქმიანობას ამერიკის შეერთებულ შტატებში.

უცხოური ლობირება მოიცავს საქმიანობის ფართო სპექტრს, - აშშ-ის მთავრობასთან ურთიერთობას, მედიის ლობირებასა და რეკლამას. (Husted, 1991). ასეთი აქტივობები, როდესაც ხორციელდება მედიის მეშვეობით, საინფორმაციო მასალები ქვეყნდება კანონმდებლებისთვის, სამთავრობო უწყებებისთვის, საჯარო მოხელეებისა და ასევე სამოქალაქო და საგანმანათლებლო ჯგუფებისთვის. (Gawande, 2006). მთლიანობაში, ლობირების აქტივობები აცნობებს აშშ-ის პოლიტიკოსებს მათი ქვეყნების საერთო ინტერესების შესახებ ეკონომიკური (ვაჭრობა, ინვესტიციები) ან გეოპოლიტიკური თვალსაზრისით. (Monte-Rojas, 2018).

ქართველი პოლიტიკური სუბიექტების მიერ დასავლეთში განხორციელებული აქტივობების უკან პრესა და საზოგადოება უკვე ლობისტურ კვალს ეძებს. განსაკუთრებით ეს ეხება ამერიკის შეერთებულ შტატებში მედიის წარმომადგენლების, სხვადასხვა ინსტიტუტების, არასამთავრობო ორგანიზაციების, თუ კონგრესმენებისა და სენატორების მიერ გაკეთებულ შეფასებას. ქართულ მედი-

აში ყოველთვის დიდი გამოხმაურება მოჰყვება ხოლმე ყოველ ასეთ გამოსვლას და იმართება დებატები და ურთიერთბრალდებები ხელისუფლებისა და ოპოზიციის ლობისტებზე. შესაბამისად, ეს საკითხი არ კარგავს თავის აქტუალობას და მნიშვნელობას ქართულ პოლიტიკაში.

ამერიკელი ლობისტების შესახებ ინფორმაცია ჯერ კიდევ 2011 წელს წინასაარჩევნო პერიოდში გავრცელდა. სწორედ ამ დროიდან დაიწყო ქართულმა პრესამ ლობისტების შესახებ საუბარი, რაზეც დასავლური პრესა დიდი ხანია წერდა. ამ საპარლამენტო არჩევნების პერიოდში, ხელისუფლებაში მყოფ ნაციონალური მოძრაობის ლობისტებსა და მაშინდელ ოპოზიციონერ ბიძინა ივანიშვილის ახლად დაქირავებულ ლობისტებს შორის ნამდვილი ომი გაიმართა დასავლეთში, როგორც ამას ჟურნალისტებმა უწოდეს.

ჩვენი ვარაუდით, რაც მეტი ფინანსური შესაძლებლობა გააჩნია პოლიტიკურ პარტიას, მით უფრო ფართომასშტაბიან ლობისტურ კამპანიას ახორციელებს აშშ-ში. შესაბამისად ეს პარტია მეტ უპირატესობას ფლობს სხვა ნაკლები ფინანსური შესაძლებლობის მქონე პარტიასთან შედარებით, რაც მას არჩევნებში მოგების მეტ შანსს აძლევს. გარდა ქვეყნის შიგნით წარმოებული წინასაარჩევნო კამპანიისა, პარტიები ცდილობენ დასავლეთის თვალშიც გაზარდონ თავისი ცნობადობა დადებით კონტექსტში, იქ იცოდნენ მათ ხედვების შესახებ, რათა ჰქონდეთ დასავლეთის მხარდაჭერის იმედი არჩევნებში.

ამისათვის კი ამერიკელი ლობისტები უცხოელი კლიენტისთვის ცდილობენ მოაწყონ შეხვედრები ამერიკელ მაღალჩინოსნებთან, ხელს უწყობენ დადებითი მედიის შექმნას აშშ-ში, რასაც შემდგომ საქართველოში მათთან დაახლოებული ადგილობრივი მედია ისე აშუქებს, რომ ქართველ ამომრჩეველს ეჭვი არ უჩნდება ლობისტური ძალისხმევის შესახებ. ამომრჩეველი თავად პარტიის

ან ლიდერის საქმიანობას მიაწერს სტატიაში გამოქვეყნებულ დადებით ინფორმაციას.

კვლევის პროცესში შევისწავლეთ და შევადარეთ ამერიკის იუსტიციის დეპარტამენტის ვებგვერდზე [www. Fara.gov](http://www.Fara.gov) ატვირთული დოკუმენტები, რომელშიც ლობისტურ კომპანიასა და ერთიან ნაციონალურ მოძრაობას შორის გაფორმებული კონტრაქტებია ასახული. ქართული მხარე არ ასაჯაროებს ამ ინფორმაციას და ჩვენთვის ხელმისაწვდომი არ არის ლობისტურ კომპანიებთან გაფორმებული კონტრაქტების შესახებ ინფორმაცია. ნაციონალური მოძრაობის ხელისუფლებაში ყოფნის პერიოდში ეს ინფორმაცია გრიფით საიდუმლო იყო. ამ დოკუმენტებში წარმოდგენილია ინფორმაცია ლობისტური კომპანიისა და მისი დამქირავებლის შესახებ, ასევე წარმოდგენილია მხარეთა შეთანხმების საფუძველზე ლობისტური მომსახურების პირობები, ჩამონათვალი იმ სერვისებისა, რასაც კომპანია სთავაზობს მის უცხოელ კლიენტს, მომსახურების პერიოდი და გადასახდელი თანხა ამ დავალებებისთვის.

პარტია ერთიანი ნაციონალური მოძრაობა ხელისუფლებაში ყოფნის ცხრა წლის განმავლობაში საკმაოდ წარმატებულ და ფართომასშტაბიან ლობისტურ საქმიანობას ეწეოდა. ლობისტების დაქირავების მასშტაბები განსაკუთრებით გაიზარდა 2008 წლის აგვისტოს ომის შემდეგ, როდესაც საქართველოს ხელისუფლებას საერთაშორისო არენაზე შელახული იმიჯის გამოსწორება დასჭირდა. ხელისუფლებაში ყოფნის დროს, ისინი მიუთითებდნენ, რომ ეს კამპანია მიმდინარეობდა არა რომელიმე ლიდერის ან პარტიის, არამედ ქვეყნის გასაპიარებლად და მისი ცნობადობის გასაზრდელად დასავლეთში. თუმცა, ოპონენტები მიხეილ სააკაშვილის, მაშინდელი პრეზიდენტის, პირად პიარს მიაწერდნენ ლობისტების ამ ძალისხმევას. ლობისტურ კომპანიებს ანაზღაურებას ძირითადად ეროვნული უშიშროების საბჭო უხდიდა. 2012 წლის ოქტომბრის საპარლამენტო არჩევნებში დამარცხების შემდეგ, ერთიანი ნაციონა-

ლური მოძრაობა ლობისტურ კამპანიას უკვე დამოუკიდებლად ახორციელებს. შესაბამისად ლობისტებისთვის ფინანსური რესურსის მოძიება არა სახელმწიფო ბიუჯეტიდან, არამედ საკუთარი ფინანსებიდან მოუწიათ. 2012 წლის შემდეგ მათ მხოლოდ ორი ლობისტური კომპანია ყავდათ დაქირავებული. ორივე მათგანთან ამჟამად კონტრაქტი დასრულებულია. აღნიშნულ ამერიკული კომპანიებთან ერთიან ნაციონალურ მოძრაობას ხელისუფლებაში ყოფნის დროსაც ჰქონდა კონტრაქტები გაფორმებული.

ამერიკელი ლობისტების დაქირავება პრეზიდენტმა მიხეილ სააკაშვილმა ხელისუფლებაში მოსვლისთანავე დაიწყო. უცხოელი აგენტების რეგისტრაციის აქტის ჩანაწერების მიხედვით, ხელისუფლებაში ყოფნის დროს ნაციონალურ მოძრაობას აშშ-ში დაქირავებული ჰყავდა შემდეგი ფირმები და ლობისტები: „Orion Strategies”, რომელსაც 2004 წლის მარტიდან 2012 წლის დეკემბრამდე გადაუხადეს 1.664.000 აშშ დოლარი. „Podesta Group”-მა მაშინდელი ხელისუფლებისგან მიიღო 1.200.000 აშშ დოლარი 2010 წლის იანვრიდან 2012 წლის დეკემბრამდე. „HDMK”- ამ კომპანიას გადაუხადეს 27.764 აშშ დოლარი 2012 წელს გაწეული მომსახურებებისთვის, შემდეგი დაქირავებული კომპანია იყო „Glover park Group“, რომელმაც მიიღო 560 000 აშშ დოლარი 2008 წლის აგვისტოდან 2010 წლის იანვრამდე. „Public Strategies”-ს გაწეული მომსახურებისთვის გადაუხადეს 537.000 აშშ დოლარი 2009 წლის მარტიდან 2010 წლის თებერვლამდე. ერთ-ერთი დაქირავებული ლობისტური კომპანია იყო Gerphardt Group Government Affairs, მან დამკვეთისთვის გაწეულ სამსახურში 436.800 აშშ დოლარი მიიღო 2010 წლის იანვრიდან ამავე წლის დეკემბრამდე. გარდა ლობისტური კომპანიებისა, ხელისუფლებაში მყოფი ერთიანი ნაციონალური მოძრაობა თანამშრომლობდა ცალკეულ ლობისტებთან, ერთ ერთი მათგანია გრეგორი მანიატისი (Gregory A. Maniatis), რომელმაც 1.191.000 აშშ დოლარი მიიღო საქართველოს ბიუჯეტიდან 2009 წლის თებერვლიდან 2012



წლის დეკემბრამდე. კიდევ ერთი დაქირავებული ლობისტი იყო დენიელ ედელმანი (Daniel Adelman) მას გადაუხადეს 163.850 აშშ დოლარი 2004 წლის ნოემბრიდან ამავე წლის ოქტომბრამდე, ხოლო დენიელ კუნიანს (Daniel Kunin) – 231.000 გაწეული ლობისტური სამსახურისთვის 2009 წლის თებერვლიდან დეკემბრამდე. როგორც ვხედავთ, 2004 წლიდან 2012 წლის ჩათვლით საქართველოს ხელისუფლებაში მყოფმა ერთიანმა ნაციონალურმა მოძრაობამ ლობისტური მომსახურებებისთვის გადაიხადა 5 მილიონ დოლარზე მეტი.

ხელისუფლებაში მყოფ ნაციონალურ მოძრაობას სულ დაქირავებული ჰყავდა 9 ლობისტური კომპანია, რომელთაგან ოპოზიციაში გადასვლის შემდეგ მხოლოდ ორ კომპანიასთან გააგრძელა ხელშეკრულება და საბოლოოდ მათთანაც გაწყვიტა კონტრაქტები.

ნაციონალური მოძრაობის ოპოზიციაში გადასვლის შემდეგ 2014 წელს ლობისტურ კომპანია Fianna Strategies-თან ახალი კონტრაქტი შედგა. პირველი აპრილიდან ამავე წლის სექტემბრამდე ნაციონალურ მოძრაობას მათთვის 42.000 აშშ დოლარი უნდა გადაეხადა. ამავე დოკუმენტში კომპანიიდან მიხეილ მაჭავარიანისადმი მოწერილ წერილში საუბარია მომსახურებების ჩამონათვალზე, რომელიც კომპანიამ კლიენტისთვის უნდა უზრუნველეყო. ესენია: ერთიანი ნაციონალური მოძრაობის შეხედულებების, მიზნებისა და პოზიციების გაცნობა კონგრესის წევრებისთვის, არასამთავრობო ორგანიზაციების წარმომადგენლებისთვის და მედიისთვის. ამასთანავე მათ უნდა უზრუნველეყოთ პარტიის წევრების შეხვედრების ორგანიზება ამერიკულ მაღალჩინოსნებთან. მეორე კონტრაქტი გაფორმებულია 2015 წლის სექტემბერში ამავე წლის 28 ოქტომბრამდე, გადასახდელი თანხაა 15.000 აშშ დოლარი. ამ კონტრაქტს ხელს აწერს სერგო რატიანი.

Fianna strategies-მა უნდა უზრუნველეოს საქართველოს დემოკრატიის, უსაფრთხოების, სუვერენიტეტისა და ტერიტორიული მთლიანობისადმი აშშ-ს ძლიერი მხარდაჭერის ხელშეწყობა, ასევე

ხელი შეუწყონ ურთიერთობების გაღრმავებას ევროკავშირთან, ნატოსთან და აშშ-ს თან. უზრუნველყონ სტრატეგიული რჩევები კლიენტისთვის; მოამზადონ ბრიფინგი და სხვადასხვა მასალები ერთიანი ნაციონალური მოძრაობის წევრებისთვის, კონგრესის წევრებისა და თანამშრომლებისთვის, აღმასრულებელი შტოს წარმომადგენლებისთვის, არასამთავრობო ორგანიზაციებისა და აშშ-ის რეპორტიორებისა და მედიის წარმომადგენლებისთვის წარსადგენად. დაეხმაროს ნაციონალური მოძრაობის წარმომადგენლებს გამოსვლებისა და საჯარო განცხადებების მომზადებაში; ელექტრონული ფოსტის საინფორმაციო ბიულეტენებისა და ვებსაიტების კონტენტის შექმნაში; დაეხმარონ ნაციონალური მოძრაობის ოფიციალურ პირებს მომზადებაში და დაესწრონ ნაციონალური მოძრაობის ოფიციალური პირების შეხვედრებს კონგრესის წევრებთან და თანამშრომლებთან, ამერიკის შეერთებული შტატების აღმასრულებელი შტოს წარმომადგენლებთან და არასამთავრობო ორგანიზაციებისა და აშშ-ის რეპორტიორებთან, მიმომხილველებთან, პროდიუსერებთან და მედიის სხვა წარმომადგენლებთან. ამ აქტივობების მიზანია აშშ-ს მთავრობისა და აშშ-ს საზოგადოების მიერ ერთიანი ნაციონალური მოძრაობის პოზიციებისა და ამოცანების მხარდაჭერის მიღწევა, რადგან ისინი ეხება საქართველოს დემოკრატიის, უსაფრთხოების, სუვერენიტეტისა და ტერიტორიული მთლიანობის ხელშეწყობას.

2017 წელს კომპანიის მიერ წარდგენილ ანგარიშიდან ირკვევა, რომ მათ ერთიან ნაციონალურ მოძრაობას მომსახურება გაუწიეს 2016 წლის ოქტომბრის საპარლამენტო არჩევნების დროს თავისი პოლიტიკისა და პოზიციების წინსვლასთან დაკავშირებით. კომპანიამ კლიენტის შეხედულებების, მიზნების, პოზიციებისა და პროგრამების შესახებ აშშ-ის შესაბამის აუდიტორიას და საერთაშორისო დამკვირვებლებს არჩევნების დროს მიაწოდა ინფორმაცია. კომპანია

ასევე მუშაობდა კლიენტთან შიდაპარტიულ ორგანიზებასა და დაგეგმარებაში.

მანამდე, ნაციონალური მოძრაობის ხელისუფლებაში ყოფნის დროს ეს კომპანია დაქირავებული იყო პრემიერ მინისტრის ოფისის, ეროვნული უშიშროების საბჭოს და პრეზიდენტის ადმინისტრაციის მიერ. ვანო მერაბიშვილისთვის 2012 წლის სექტემბრიდან 2013 წლის დეკემბრამდე უნდა ემუშავა აღნიშნულ კომპანიას, რისთვისაც მას 320.000 აშშ დოლარს გადაუხდიდნენ. თუმცადა ამ კონტრაქტს რა ბედი ეწია უცნობია. ეროვნული უშიშროების საბჭოსა და პრეზიდენტის ადმინისტრაციას კომპანია დაქირავებული ყავდა 2012 წლის ოქტომბრიდან დეკემბრამდე სამი თვით, როგორც ჩანს არჩევნების შემდგომი პერიოდისთვის და ორივე შემთხვევაში 53.750 აშშ დოლარი უნდა გადაეხადა თითოეულ კონტრაქტში.

ნაციონალური მოძრაობის ხელისუფლებაში ყოფნის დროს თუ ჯამში 434.000 აშშ დოლარი უნდა გადაეხადათ ამ კომპანიისთვის სამი გაფორმებული კონტრაქტისთვის, 2012 წლის შემდეგ მხოლოდ 57.000 აშშ დოლარი აქვთ გადახდილი. დღეს ამ კომპანიასთან კონტრაქტი შეწყვეტილია.

მეორე კომპანია, რომელთანაც ერთიანმა ნაციონალურმა მოძრაობამ ასევე შეწყვიტა ხელშეკრულება არის Orion Strategies. ამ კომპანიასთან ჯერ კიდევ 2004 წლიდან თანამშრომლობდა ხელისუფლებაში მყოფი ერთიანი ნაციონალური მოძრაობა და სოლიდურ თანხას უხდიდა ბიუჯეტიდან. მათ ურთიერთობის 16 წლიანი ისტორია აქვთ და ჯამში ამ კომპანიისთვის გადახდილი აქვთ 1.664.000 აშშ დოლარი. ეს ის თანხაა რაც ოფიციალურად იკითხება გაფორმებული კონტრაქტებიდან. ეს კომპანია საქართველოს მთავრობას და საელჩოს, საქართველოს მთავრობასა და ეროვნული უშიშროების საბჭოს ყავდათ დაქირავებული სხვადასხვა პერიოდში 2012 წლამდე. კომპანიასთან გაფორმებული ბოლო კონტრაქტი 2019 წლის ოქტომბრიდან 2020 წლის 7 ოქტომბრამდეა და მომსახურე-

ბის საფასურია 250.000 აშშ დოლარი. კომპანიამ უნდა უზრუნველყოს კლიენტისთვის აშშ-ში შეხვედრების ორგანიზება, საქართველოში დემოკრატიის გაძლიერება და უსაფრთხოების ხელშეწყობა, ნატოსა და დასავლურ ინსტიტუტებთან ინტეგრაცია. კომპანიამ ერთიან ნაციონალურ მოძრაობასთან ერთად უნდა აუხსნას კონგრესს, ადმინისტრაციასა და საგარეო პოლიტიკის სფეროში მოღვაწე პირებს პოლიტიკური ვითარება საქართველოში და თუ როგორ უნდა ჩაერიოს აშშ საქართველოში დემოკრატიული პროცესების განვითარებაში.

„Orion Strategies“- „რესპუბლიკელი“ ლობისტური კომპანიაა, სოროსის ფონდის „ღია საზოგადოების“ შვილობილი, რომელსაც რენდი შუნემანი (Randy Scheuneman) ხელმძღვანელობს. ის ადრე დონალდ რამსფელდისა (Donald Rumsfeld) და 2008 წელს ჯონ მაკკეინის (John McCain) მრჩეველიც იყო საპრეზიდენტო საარჩევნო კამპანიის დროს, ხოლო მოგვიანებით სენატორ სარა პეილინისთან (Sarah Palin) მუშაობდა. სწორედ მაკკეინთან საგარეო ურთიერთობების მრჩეველად მუშაობის გამო დატოვა მან კომპანია და საქართველოსთანაც შეწყვიტა კონტრაქტი 2008 წელს, თუმცა მალევე დაბრუნდა და კონტრაქტებიც გაგრძელდა. რენდი შუნემანს მისი კონკურენტები ქმედუნარიან ლობისტად ახასიათებენ. 2010 წელს ფირმაში აიყვანეს მაიკლ გოლდფარბი (Michael Golfparb), მაკკეინის ყოფილი საპრეზიდენტო სპიკერი, რომელიც Weekly Standart-ის რედაქტორიც იყო და წერდა სტატიებს ჟურნალისთვის, როგორც ლობისტი. ორიონი ცდილობდა საქართველოსა და რუსეთთან დაკავშირებით ექო კამერის შექმნას. თბილისიდან მიღებულ ინფორმაციას თანამოაზრე ჟურნალისტებში ავრცელებდნენ. ხშირად იმართებოდა ინტერვიუები საქართველოს ხელისუფლების წევრებთან და მათი ნათქვამი განხილვის საგანი ხდებოდა ხოლმე. ეს ფირმა რესტორანში ევატიჟებოდა ზოგიერთ ჟურნალისტს და მგზავრობის ხარჯებსაც უნაზღაურებდა მათ. ორიონი ყველა სხვა ლობისტური

ფირმისგან განსხვავებით დეტალურად აკეთებს ჩანაწერებს პრესასთან კონტაქტისა და საკუთარი ხარჯების შესახებ. ეს კომპანია კარგად მუშაობს მედიასთან, რაც მაიკლ გოლდფარბის დამსახურებაა. მას ყავს უამრავი მეგობარი ჟურნალისტი და თანამოაზრე კონსერვატორი პოლიტიკოსები, რომლებთანაც ხშირი ურთიერთობა აქვს. ამდენად ეს კომპანია და ერთიანი ნაციონალური მოძრაობა, ფაქტობრივად მეგობრულ ურთიერთობას ინარჩუნებდნენ და პარტია საკმაოდ მაღალ დონეზე ყავდათ წარმოდგენილი აშშ-ში.

ამ კომპანიის ლობისტები ერთიანი ნაციონალური მოძრაობის დელეგაციებისთვის აწყობდნენ შეხვედრებს და მეილის საშუალებით იწვევდნენ აშშ-ს მაღალჩინოსნებს, კონგრესმენებსა და სენატორებს, მედიის წრემამდგენლებს და სხვადასხვა არასამთავრობოებს. კომპანიის მიერ დაგზავნილ მეილებში მოყვანილია ინფორმაცია საქართველოში პოლიტიკური პატიმრების შესახებ, რომ საქართველოში ანტიდემოკრატიული პროცესები ვითარდება და ქვეყანა პრორუსული კურსით მიდის. ამ კომპანიასთან 18 წლიანი ურთიერთობა ერთიანმა ნაციონალურმა მოძრაობამ 2020 წელს დაასრულა.

დღეს ერთიანი ნაციონალური მოძრაობის ინტერესებს აშშ-ში მხოლოდ ერთი კომპანია იცავს Cogent strategies. აღნიშნული კომპანია დაიქირავეს 2021 წლის თებერვალში ამავე წლის აგვისტომდე. თუმცა ამერიკის იუსტიციის სამინისტროს ვებგვერდზე კონტრაქტი კვლავ მოქმედია და მისი ღირებულება შეადგენს 150.000\$-ს.

ამ კომპანიასთან გაფორმებულ კონტრაქტში, სადაც ნიკანორ მელია ანგარიშვალდებულ პირად ნახსენები, მომსახურებებში წერია, რომ კომპანიამ უნდა შეიმუშავოს მესიჯები და დაამუშაოს შესაბამისი საკითხები, რათა ხაზი გაუსვას საქართველოში აშშ-ს განახლებული ჩართულობის აუცილებლობას საქართველოს დემოკრატიის, ტერიტორიული მთლიანობისა და ნატოში ინტეგრაციის განმტკიცების მიზნით. ამასთანავე უზრუნველყოს კონგრესის საგარეო ურთიერთობათა კომიტეტთან, სენატის საგარეო ურთიერ-

თობათა კომიტეტთან, ჰელსინკის კომისიასთან შეხვედრის ჩატარება ნაციონალური მოძრაობის დელეგაციისთვის ქვეყნის ტერიტორიული მთლიანობისა და ნატოში ინტეგრაციის მხარდაჭერის მიზნით. მომსახურებების ჩამონათვალში მითითებულია ასევე ბაიდენის ადმინისტრაციასთან ნავიგაცია და ურთიერთობის დამყარება.

ლობისტური კომპანია უნდა დაეხმაროს ენმ-ს ვაშინგტონთან და საგარეო პოლიტიკის მედიასთან ურთიერთობაში, გააცნოს ნაციონალური მოძრაობის პრიორიტეტები და დემოკრატიის მდგომარეობა საქართველოში. დაეხმაროს საინფორმაციო ბიულეტენის და აზრის რედაქტირებაში და განთავსებაში. ამ კომპანიამ საანგარიშო პერიოდის განმავლობაში, საზოგადოებასთან ურთიერთობის სერვისები განახორციელა კლიენტისთვის, რომელიც მოიცავდა კონგრესის, ბაიდენის ადმინისტრაციის, ჟურნალისტების, ანალიტიკური ცენტრებისა და არაკომერციული ორგანიზაციებთან პირდაპირ ურთიერთობას, შეხვედრებს. ამ პერიოდში, 2021 წელს ლობისტებმა განახორციელეს 38 ვიდეოზარი, 608 მეილი გაგზავნეს ენმ-სა და აშშ-ს შორის ურთიერთობის საკითხზე, ასევე 392 მეილი გაგზავნეს, რომლის მთავარი თემა ერთიანი ნაციონალური მოძრაობის პიარი იყო და მოაწყვეს 56 შეხვედრა აშშ-ის გადაწყვეტილებების მიმღებ პირებთან.

ხელისუფლებიდან წასვლის შემდეგ, როგორც ვხედავთ, ერთიანი ნაციონალურ მოძრაობას აღარ გააჩნია საკმარისი ფინანსური რესურსი ფართომასშტაბიანი ლობისტური კამპანიის საწარმოებლად. პარტია დღეს აშშ-ში მხოლოდ ერთი ლობისტური კომპანიითა წარმოდგენილი, რომელიც ძალისხმევას არ იზურებს დამკვეთის მიზნების შესასრულებლად. მიუხედავად ლობისტების მცირე რაოდენობისა, ერთიანი ნაციონალური მოძრაობის მიერ ცხრა წლის მანძილზე ჩამოყალიბებული კავშირები აშშ-ში არსად გამქრალა.

პარტიის ლიდერებისთვის ლობისტები კვლავაც აწყობენ შეხვედრებს მათ კარგ ნაცნობებთან ან ახალ პარტნიორებს ეძებენ.

შესაბამისად, კვლავ არ წყდება ქართულ თუ უცხოურ პრესაში ქართული ოცნებისა და ნაციონალური მოძრაობის ლობისტური დაპირისპირების შესახებ საუბარი. დასავლელი მაღალჩინოსნების მიერ საქართველოში მიმდინარე პროცესების შეფასებას, ხელისუფლებაც და ნაციონალური მოძრაობაც ლობისტების საქმიანობის შედეგად მიიჩნევს. ხელისუფლებაში ყოფნის დროს კარგად აწყობილი ლობისტური კამპანიის კვალი არსად ქრება და გავლენიანი მაღალჩინოსანი ამერიკელი ნაცნობებისა და მეგობარი ლობისტების საშუალებით ერთიანი ნაციონალური მოძრაობა კვლავ ინარჩუნებს მთავარი ოპოზიციური პარტიის პოზიციას.

**გამოყენებული ლიტერატურა:**

- Gawande, K. Krishna, P. Robbins, M. (2004). *FOREIGN LOBBIES AND US TRADE POLIC.* 10.11.2021. <https://www.jstor.org/stable/40043016>
- Gawande, K. Maloney, W. Montes-rojas, G. (2009). *Foreign Informational Lobbying Can Enhance Tourism.* 13.11.2021 <https://documents1.worldbank.org/curated/en/919351468011128387/pdf/WPS4834.pdf>
- Husted, S. (1991). *Foreign Lobbying: A Theoretical Analysis.* 01.12.2021. <https://www.jstor.org/stable/40326346>
- Jobst, A. (2002). *FOREIGN LOBBYING IN THE U.S. – A LATIN AMERICAN PERSPECTIVE.* 12.11.2021. <https://www.etsg.org/wpapers/jobst.pdf>
- Kim, B. (1990). *Explaining the Country Patterns of Foreign Lobbying in the United States: Issues, Capabilities, and Norms.* 02.12.2021. <https://dspace.mit.edu/bitstream/handle/1721.1/36095/42640135-MIT.pdf;sequence=2>
- Montes-rojas, G. (2018). *Can countries lobby for foreign direct investment? Evidence from the US.* 01.12.2021. <http://gabrielmontes.com.ar/Montes-Rojas%20IJMEF%202018.pdf>
- Nownes, A. (2013). *Interest Groups in American Politic.* 10.11.2021. [https://www.researchgate.net/publication/288397483\\_Interest\\_group\\_s\\_in\\_American\\_politics\\_Pressure\\_and\\_power\\_Second\\_edition](https://www.researchgate.net/publication/288397483_Interest_group_s_in_American_politics_Pressure_and_power_Second_edition)



**Mariana Kevkhishvili**

**United National Movement's lobbyists in USA**

abstract

Hiring of American lobbyists has become a regular practice in the Georgian reality. Both the presently acting in Georgia governing party and the former one that has already moved to the opposition are launching lobbying activities in the USA.

The study surveys the lobbying activities carried out by United National Movement in the USA since 2012. We suppose that the higher the financial means of a political party, the larger the scope of the lobbying campaign performed by it in the USA. In the course of the study we reviewed the documents that are uploaded on the American Department of Justice web-page Fara.gov. These contracts provide the terms and conditions of the agreement between the parties thereto on the lobby services, as well as the list of the tasks to be performed, the term of the service delivery and the sum to be paid. The party United National Movement used to launch quite large scale and successful lobbyist activities during the nine years of its being the authority in Georgia.

After the defeat in the Parliamentary elections of October, 2012 United National Movement has been carrying out its lobby campaign independently; Relevantly, they had to source the financial resources to pay to the lobbyists out of their own budget. Presently they have only three lobby companies hired, out of which they have executed an active contract with one company only: Cogent strategies. United National Movement had contracts executed with both these American companies when being at the head of the country.

key words: Georgian lobby, United National Movement of Georgia, USA