

На правах рукописи



СМЫР Есланда Игорьевна

**ПОЛИТИЧЕСКОЕ КОНСУЛЬТИРОВАНИЕ:
ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ**

Специальность 23 00.02 – политические институты,
этнополитическая конфликтология, национальные и
политические процессы и технологии

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
кандидата политических наук



Ростов-на-Дону
2009

Работа выполнена на кафедре политических институтов и процессов
Южного федерального университета

Научный руководитель	доктор философских наук, профессор Шпак Виктор Юрьевич
Официальные оппоненты	доктор политических наук, профессор Старостин Александр Михайлович кандидат политических наук, доцент Константинов Михаил Сергеевич
Ведущая организация	– Ростовский юридический институт МВД России

Защита состоится 24 декабря 2009 г в 13 00 на заседании диссертационного совета Д 212 208 31 в Южном федеральном университете по адресу: 344038, г Ростов-на-Дону, пр Нагибина, 13, ауд 302

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке Южного федерального университета: г. Ростов-на-Дону, ул Пушкинская, 148

Автореферат разослан «17» ноября 2009 г

Ученый секретарь диссертационного совета,
кандидат философских наук,
доцент



Попелуев С П

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. Становление новых социальных и политических институтов в постсоветской России актуализировало потребность анализа взаимоотношений политической власти и общества в рамках этих институтов. Провозглашенный после 1991 года Б. Ельциным государственный курс на открытость политической власти, идеологический плюрализм, конкуренцию во всех сферах общественной жизни, а также другие факторы требовали формального соответствия политической власти декларируемым принципам. Основным механизмом рекрутирования политической элиты были определены выборы. Соответственно участие в этих выборах большого количества претендентов на избираемые должности вызвало спрос на специалистов, обладающих знаниями и компетенцией в сфере избирательного процесса – политических консультантов.

Потребность в политических консультантах также была вызвана возросшей зависимостью политических решений от общественного мнения. В новых общественно-политических реалиях для принятия решения субъекту политической жизни стало недостаточным проработки вопроса узким кругом профессионалов. В демократическом государстве, которое было провозглашено в России, политическое решение, как правило, нуждается в одобрении со стороны общества.

Уже в позднесоветский период истории нашей страны усиливается осознание политическими элитами невозможности постоянного применения прямого насилия и административного давления для достижения политических целей, что, в свою очередь, актуализирует потребность в политических консультантах, которые создают и используют «мирные» технологии формирования общественного мнения, способствуют эффективному решению политических проблем.

В государствах постсоветского транзита технологии политического консультирования актуализируются, в первую очередь, в избирательном процессе, поскольку овладение и удержание субъектами политики государственной власти формально осуществляется с помощью выборов. Для победы на выборах кандидату необходимо получить доступ к избирательной аудитории для агитации. С помощью технологий

политического консультирования формируется имидж политика, создаются и структурируются его политические преимущества для получения власти. Поэтому в научной среде возникает потребность описать структуру технологий политического консультирования, представить их объектно-предметное поле.

С другой стороны, современная политическая ситуация в России и за рубежом характеризуется тем, что участники избирательного процесса стали приобретать виртуальный характер. В большей степени избиратели соприкасаются не с реальными политиками, а с их образами, созданными политическими консультантами. Виртуализация современного общественно-политического пространства порождает академическую потребность в осмыслении применяемых политическими консультантами технологий, определении позитивных и негативных тенденций в технологической реализации политического консультирования в современном информационном пространстве. Изучение реальных и виртуальных образов, которые сложились в массовом сознании, технологий их формирования носит весьма актуальный характер.

За последнее время появилось немало ученых и практиков, участвующих в избирательном процессе в качестве политических консультантов. Однако при накопленном политическими консультантами эмпирическом опыте, наблюдается недостаток теоретических и концептуальных разработок, не поспевающих за постоянно меняющейся и динамичной политической средой. В первую очередь, это касается избирательного процесса. Отсутствие необходимых работ по осмыслению состояния и динамики современного развития технологий политического консультирования обусловили актуальность данной работы.

Степень разработанности темы. Проблематика технологий политического консультирования давно находится в поле пристального внимания ученых. Исторически научные взгляды в этой сфере формировались на базе представлений о тесной связи технологий политического консультирования с основными параметрами избирательной и партийной систем, выработанных западной политической наукой (Р. Таагелер, М. Шугарт, К. Боун, Э. Лейкман, Д. Ламберт, Ж.-П. Жакке, М. Дюверже, Р. Даль, Р. С. Катц, М. Каасе, Р. Ж. Шварценберг, У. Филиппс, М. Амеллер и др.). Зарубежные исследователи проявили интерес к анализу и осмыслению

практики создания демократических режимов в посткоммунистических странах, применении в рамках избирательного процесса политическими консультантами всего арсенала политических технологий, что отразилось в работах ученых предметно исследовавших реалии российского избирательного процесса (Л Белин, Д Р Хиббинг, С Паттерсон, Т Погунтке, С Уайт, Д Слайдер и др)

Проведение первых демократических выборов дало практический материал, который стимулировал исследования отечественных ученых, в частности, таких как В С Комаровский, Г В Голосов, А И Ковлер, З М Зотова, М Г Анохин, С В Устименко и других, которые сконцентрировали внимание на содержании технологий политического консультирования в политической системе, эффективности средств ведения предвыборной кампании, социологической, технологической, организационной их компоненте, сравнении зарубежного опыта применения данных технологий и особенностей их использования в России, анализе отечественной и зарубежных партийных систем, выявлении специфики избирательных технологий в посткоммунистических демократиях

В российской науке одними из наиболее разработанных институтов являются политическое консультирование, политический маркетинг, имидж политика (которыми занимались, в частности, О И Гордеева, А Н Балашова, Т И Арсеньева, И Минтусов, Е Егорова-Гантман и др).

Однако при всей широте научных работ по проблемам избирательного процесса и технологий политического консультирования в целом в литературе анализировались лишь отдельные аспекты данной проблемы, но не было проведено всестороннего исследования технологической составляющей политического консультирования. В этом смысле данную диссертационную работу можно рассматривать как попытку всестороннего анализа накопленного материала по данной проблематике, что дает возможность по-новому посмотреть на изучаемый феномен, раскрыть ряд моментов, которые не поднимались в других работах

Объектом исследования является проблема политического консультирования

Предмет исследования – технологический анализ политического консультирования

Цель исследования состоит в том, чтобы проанализировать основные технологии политического консультирования в рамках избирательного процесса

Данная цель раскрывается через выполнение следующих задач

- определение понятия «политическое консультирование»,
- проведение исторического измерения технологий политического консультирования,
- осмысление технологического измерения политического консультирования,
- классификация основных технологий политического консультирования,
- анализ технологий политического консультирования в условиях виртуализации социально-политического пространства,
- изучение институционализации центров политического консультирования

Теоретико-методологической основой диссертационного исследования являются *технологический и институциональный* подходы. Для конкретных целей анализа использовались отдельные методы, идеи и принципы, выработанные политической наукой и социологией: *метод сбора и анализа документального и статистического материала, исторический, коммуникативный, сравнительный и бихевиоральный анализ*

В ходе работы использовались общенаучные методы анализа, синтеза, абстрагирования и другие

Применение данных методов позволяет провести технологический анализ политического консультирования и придает значимость теоретическому обобщению фактического материала, имеющему практическую значимость

Научная новизна диссертационного исследования:

- сформулировано понятие «политическое консультирование»,
- проведено историческое измерение технологий политического консультирования,
- осмыслено технологическое измерение политического консультирования,
- проведена классификация основных технологий политического консультирования,

- проанализированы технологии политического консультирования в условиях виртуализации социально-политического пространства,
- определена институционализация центров политического консультирования

Основные положения, выносимые на защиту:

1 Политическое консультирование – это сфера оплачиваемых услуг специалистов в сфере публичной политики, в рамках которой применение политических технологий при анализе политических событий, явлений и процессов объективируется консультантом в формирование рекомендаций, которые служат основой для принятия политических решений и иных действий субъекта политики, выступающего в отношениях с политическим консультантом в роли клиента-заказчика

2 На основе исторического измерения политического консультирования можно сделать вывод, что технологии политического консультирования развивались в рамках двух основных моделей американской и европейской. В основе американской модели лежит надпартийный характер работы политических консультантов, являющихся самостоятельными игроками политического процесса и обеспечивающих технологическую составляющую политических кампаний вне партийной принадлежности. Европейская модель носит ярко выраженный характер партийности, а деятельность политического консультанта по созданию и применению политических технологий мыслится исключительно в русле программных установок политической партии или движения. Современная логика развития политического консультирования такова: институционально-технологические границы между данными моделями нивелируются.

3 Технологии политического консультирования представляют собой систему методов, механизмов, приемов, процедур, используемых в рамках избирательного процесса для достижения определенного конечного результата или для решения конкретных тактических задач избирательной кампании, требуют учета специфики конкретной политической ситуации, баланса социально-политических сил, что в целом предопределяет их эффективность.

4 Основными технологиями политического консультирования являются имиджмейкинг, политическая реклама, политический PR, медиаманипулирование (спин-докторинг) и совокупность полевых техник, на-

целенных на непосредственную коммуникацию с избирателями от имени клиента. Применение политическим консультантом подобного многообразия технологий позволяет формировать, изменять и контролировать общественное мнение в рамках избирательного процесса.

5 Современные социальные и политические институты охвачены процессом виртуализации. Соответственно цель современных технологий политического консультирования сводится к тотальной подмене реальных процессов их симуляциями и трансформациями институтов в виртуальную реальность, где начинают разыгрываться процессы и события. Такая тенденция грозит полностью подменить реальные процессы их виртуальными аналогами, что может привести к неустойчивости социума, политических институтов.

6 Центры политического консультирования – это институционализируемая форма профессионального объединения политических консультантов, основой деятельности которых является социально-политическая инженерия общества и производство политических технологий. В то же время институционализация центров политического консультирования в России относительно не завершена в отличие от подобных центров за рубежом. Центры политического консультирования в западных странах отличаются от российских аналогов их способностью конкретно влиять на процесс формирования курса государства, в котором избирательный процесс лишь одна из составляющих его направлений, видов деятельности.

Научно-теоретическая и практическая значимость работы выражается в том, что результаты и выводы диссертационного исследования могут найти применение в комплексном изучении технологического и институционального измерений современной политики, многоаспектных проблем функционирования политического консультирования в рамках избирательного процесса.

Идеи и выводы исследования расширяют проблемное поле целого ряда прикладных политических дисциплин, таких как политический менеджмент, политическая коммуникативистика, политическая реклама, PR в политике, государственное управление и других.

Апробация результатов исследования. Положения диссертации и основные идеи, изложенные в ней, были отражены на 6 международных,

всероссийских и межрегиональных научно-теоретических и научно-практических конференциях По теме диссертации опубликовано 7 статей общим объемом 1, 8 п л

Структура диссертации. Диссертационное исследование в соответствии с поставленными целями и задачами, а также выбранной логикой исследования состоит из введения, двух глав (4-х параграфов), заключения и списка литературы

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во введении обосновывается актуальность темы, ее разработанность, определяются цели и задачи исследования, теоретико-методологические основы анализа, формулируется научная новизна и положения, выносимые на защиту, научно-практическая значимость, апробация и структура диссертации

В первой главе – «Теоретико-методологические основания исследования политического консультирования» – анализируется понятие, структура, функции и основные модели политического консультирования, рассматриваются его виды, проводится историческое измерение данного явления во всем его многообразии

В первом параграфе – «*Политическое консультирование понятие и виды*» – ставится проблема определения исходного понятия Словари толкуют содержание консультирования по-разному – совет, помощь в решении проблемы, поиск истины и др Большинство из этих значений зачастую присутствуют в различных областях познания, практике Поэтому данные значения выступают лишь субъективным или формальным выражением этого сложного явления современной политической жизни

Этимология политического консультирования весьма спорна и противоречива В работе приводятся латинское значение «consultare» – «совещание» и английское «consult» – «совет» и ряд других вариаций В этимологическом контексте предмет политического консультирования представляет самостоятельную и требующую отдельного анализа проблему, поскольку от того, в каких формах происходит становление понятия, зависит современное объяснение содержания политического консультирова-

ния. Вместе с тем, данный поиск весьма затруднен, поскольку этимологические корни изучаемого явления весьма размыты.

В то же время политическое консультирование в качестве феномена современной общественно-политической жизни впервые было описано в западной политологии американским специалистом Д. Ниммо, который связал данное понятие, прежде всего, с проведением избирательных кампаний. Американский автор выделил два уровня политики: видимый, который обычно представлен заявлениями, выступлениями, поездками и другими освещаемыми СМИ акциями партийных лидеров, депутатов, кандидатов на выборные государственные должности и скрытый, где за спиной публичных политиков стоят люди, обеспечивающие подготовку и проведение кампаний своими организационными способностями, консультациями, талантом, интеллектом, знанием новейших технологий политического консультирования.

В дальнейшем политическое консультирование наполнялось новыми смыслами в зависимости от того, в какой парадигме анализировалось это сложное и многогранное явление. Для сторонников процессуального подхода смысл политического консультирования раскрывается через процесс оказания профессиональной помощи политикам-практикам в решении ими определенных политических задач. Коммуникативный подход характеризует политическое консультирование как совокупность работ политических консультантов, которые актуализируются в форме определенной коммуникации между политическим консультантом и политиком. В рамках институциональной парадигмы организационные и регулятивные социальные институты побуждают политического субъекта становиться участником рыночного взаимодействия, где политик выступает в роли клиента-заказчика-покупателя, а политический консультант – продавцом технологий политического консультирования. Представители технологического подхода определяют политическое консультирование как профессиональную деятельность по интеллектуальному и организационному обеспечению политических кампаний посредством создания и реализации высокоэффективных технологий, способных компенсировать слабость традиционных, т.е. партийно-политических методов реализации лидерства, моби-

лизации, поддержки, осуществления информационно-пропагандистской, доктринальной и символизирующей функций кампаний

Диссертант анализирует политическое консультирование в рамках технологической парадигмы и характеризует данный феномен как сферу оплачиваемых услуг специалистов в области конкурентной политики, в рамках которой применение политических технологий при анализе политических событий, явлений и процессов объективируется консультантом в создание рекомендаций, которые служат основой для принятия политических решений и иных действий субъекта политики, выступающего в отношениях с политическим консультантом в роли клиента-заказчика

В современной теории политики назрела необходимость отделить политическое консультирование от иных родственных явлений, таких как политический маркетинг или политический менеджмент. Несмотря на то, что эти понятия часто употребляются как взаимозаменяемые, само это разделение может способствовать постепенному осознанию специфики, роли и функций политического консультирования с точки зрения выборного цикла, с точки зрения его реализации в политических процессах.

Политический маркетинг и менеджмент – это технологии на основе формализованных процедур. Здесь главенствует сугубо сциентистский подход, аккумулируются типовые решения, и чем лучше эти процедуры отработаны, а команда обучена и проинструктирована, тем эффективнее работает «фабрика выборов».

Политическое консультирование представляет собой неформализованную деятельность по созданию новых смыслов и поиску нетиповых решений. Этот поиск может происходить на основе глубокого изучения контекста, разработки разных сценариев развития ситуации, анализа политической интриги, которая может таиться за самыми на первый взгляд незначимыми высказываниями и действиями основных участников политического взаимодействия.

В результате данного взаимодействия появляются различные виды политического консультирования, которые становятся предметом анализа в диссертационном исследовании.

Классификация политического консультирования разделяется на внутреннее, осуществляемое сотрудниками государственного органа или политической организацией в рамках закрепленных компетенции и пол-

номочий, и внешнее, возникающее вследствие невозможности решить проблему собственными силами, требующее вмешательства специалиста со стороны

В качестве критериев разделения политического консультирования на виды выделяется длительность взаимодействия с клиентом (разовое и долгосрочное политическое консультирование), круг консультируемых лиц (групповое и индивидуальное политическое консультирование), способ взаимодействия с клиентом (директивное и недирективное политическое консультирование), цели консультирования (обучающее консультирование, консультирование по оптимизации структуры политической организации и др.), способ организации консультаций (экспертное и процессное консультирование) и др.

Во втором параграфе – *«Историческое содержание политического консультирования»* – проводится анализ зарождения и развития политического консультирования, определяются основные модели изучаемого феномена, в рамках которых формировались и модифицировались технологии политического консультирования

Родиной политического консультирования считаются США. Зарождение политического консультирования было обусловлено рядом причин. В то же время основными предпосылками становления политического консультирования как относительно самостоятельной сферы прикладной политической деятельности можно считать демократизацию общественно-политической жизни, развитие конкурентной демократии, где выборы – основной механизм рекрутирования политической элиты, усложнение и технологизация политической жизни, в которой политики самостоятельно не могут обеспечивать политические преимущества без интеллектуально-технологической составляющей избирательного процесса.

Развитие политического консультирования было ориентировано на избирательный процесс. В период зарождения политического консультирования придумывались, как правило, на интуитивно-личностном уровне, основные его технологии – имиджмейкинг, политическая реклама, политический PR, медиаманипулирование (спин-докторинг) и совокупность полевых техник, нацеленных на непосредственную коммуникацию с избирателями от имени клиента. Применение политическим консультантом подобного многообразия технологий позволило формировать, изменять и

контролировать общественное мнение в рамках избирательного процесса и добиваться политических преимуществ

Усилению позиций политического консультирования после войны за независимость в Америке способствовало наличие в обществе различных политических течений и конкурирующих группировок. В истории США борьба за ратификацию новой конституции стала первой, подлинно политической кампанией, сущностью которой были острые политические дебаты между сторонниками ратификации, федералистами и их оппонентами.

В начале XX века технологии политического консультирования переживают небывалый расцвет в силу активной динамики избирательного процесса в США. На место партийных функционеров в решении избирательных задач приходят политические консультанты, которым политики доверяют свои предвыборные кампании. Кроме того, данный период связан с целой чередой публичных скандалов, которые возникали вокруг знаменитых американских монополий (коррупция, лоббизм, теневые сделки, подкуп политиков и т.д.), которые требовали оперативного вмешательства консультантов для коррекции общественного мнения по данным вопросам.

Проборазом институционального политического консультирования в США стала фирма, организованная калифорнийской супружеской парой К. Уайтекером и Л. Бакстер в 1934 г., которые сделали политическое консультирование своей основной профессией. Они тщательно изучали черты характера своего клиента и его соперников, а также проблематику кампании. Затем разрабатывали общую стратегию кампаний, помогали своему кандидату готовить выступления и рекламные материалы, составляли графики встреч и последовательно размещали рекламу в газетах, на радио, телевидении. Эта семья провела в Калифорнии 75 кампаний, выиграв 70 из них. С 1970-х гг. использование политического консультирования являлось правилом при проведении любых выборов.

Для упорядочения деятельности в области политического консультирования в 1969 г. была создана Американская Ассоциация политических консультантов. Тот период развития политического консультирования, по мнению ряда исследователей, характеризуется рядом принципиальных моментов, которые повлияли на развитие отрасли: глобализация

отношений, интернационализация труда, взаимопроникновение культур, интеграция и т.д.

В то же время диссертант отмечает, что политическое консультирование развивалось не только в США. В Европе оно имеет не менее глубокие исторические корни, хотя европейские консультанты менее известны в политической индустрии, нежели их заокеанские коллеги. Политическое консультирование стало развиваться в Европе в период зарождения политических партий.

Расцвет политического консультирования не только в Европе, но и во всем мире тесно связан с развитием информационных технологий. Они не только открыли новые возможности общения с избирателями и недоступные ранее методы анализа конкретной политической ситуации и исследований общественного мнения, но и предоставили возможность обратной связи в режиме реального времени. Хотя европейские политические консультанты разрабатывали интересные политические кампании и в довоенный период.

Отличие между европейским и американским политическим консультированием коренится в политической культуре. В Европе основное внимание уделяется партиям и идеологиям, тогда как в американской – индивидуальным кандидатам и их позициям. На основании этого в современном политическом консультировании можно выделить две его основные модели – американскую и европейскую. В основе американской модели лежит надпартийный характер работы политических консультантов, являющихся самостоятельными игроками политического процесса и обеспечивающих технологическую составляющую политических кампаний вне партийной принадлежности. Европейская модель носит ярко выраженный характер партийности, а деятельность политического консультанта по созданию и применению политических технологий мыслится исключительно в русле программных установок политической партии или движения.

Причиной появления политического консультирования в России стала некоторая демократизация общественно-политической жизни, наметившаяся к концу 80-х гг. XX века. В 1989 году после проведения долгожданной реформы избирательной системы в Советском Союзе были про-

ведены первые свободные выборы в высший законодательный орган власти – Съезд народных депутатов

Наличие у конкурентов мощного властного ресурса заставило кандидатов от оппозиции искать другие методы завоевания поддержки у избирателей. В ходе первой избирательной кампании 1989 начали применяться некоторые элементы технологий политического консультирования, такие как создание команд поддержки, контрпропаганда, массовые акции в форме митингов и пикетов, «листовочная война», кампании «от двери к двери» и т.д. Между тем, использование этих форм и методов ведения политической кампании было стихийным, участники не имели опыта и опирались скорее на здравый смысл, чем на знание избирательных технологий.

Осмысление хода избирательной кампании 1989 года привело к пониманию необходимости правильной организации избирательного процесса и совершенствования опробованных методов. После этого в Советском Союзе начинается активное ознакомление с американским опытом ведения избирательных кампаний. Для обучения избирательным технологиям приезжают специалисты из США.

Диссертантом особо подчеркивается, что в процессе зарождения политического консультирования наметилась одна противоречивая тенденция: политические консультанты стремились предоставить избирателю не реального политика, с его идеями, взглядами, ценностями, а его имидж, который максимально соответствовал запросам электората, что, в конечном счете, заложило основу для будущей тотальной подмены реальных процессов их виртуальными симуляциями.

Во второй главе – **«Технологические направления политического консультирования в современной России»** – проводится анализ становления центров политического консультирования в современной России, а также наиболее применяемые в избирательном процессе технологии политического консультирования.

В первом параграфе – *«Институционализация центров политического консультирования»* – анализируются основные проблемы, с которыми сталкиваются центры политического консультирования в современной России, определяются параметры институционализации политическо-

го консультирования, осмысляются технологии, используемые данными центрами

Под институционализацией в диссертационном исследовании понимается процесс определения и закрепления социальных норм, правил, статусов и ролей, приведение их в систему, которая способна действовать в направлении удовлетворения общественной потребности или некоего общественно-политического запроса на реформирование социальных и политических институтов

Институционализация российского политического консультирования сталкивалась с рядом проблем. Так, на протяжении 1993 – начала 2000-х гг. существовала своего рода терминологическая путаница – параллельное существование специалистов двух типов – политических консультантов и политтехнологов. При этом на первый взгляд, провести терминологические и функциональные грани между ними было не просто, поскольку политические консультанты порою именовали себя политтехнологами, а политтехнологи консультантами. Все это усугублялось умеренным упоминанием в публицистике, науке, СМИ данных специализаций вне привязки к их содержательной стороне.

Однако различие между данными категориями не такое условное, как может показаться на первый взгляд и не только специализацией ограничивающееся. Особенно рельефно эти различия можно увидеть, если осмыслять параметры институционализации политического консультирования по линии коммуникативного взаимодействия власти и общества в широком смысле и в узком смысле – кандидата на выборный пост и его электоратом, где консультант-технолог выступает своего рода посредником в выстраивании коммуникации.

Появление центров политического консультирования было вызвано потребностью отделить политического консультанта от политтехнолога в его содержательном значении. Если политические консультанты – творцы, которые координируют несколько дискурсов, создавая на этой основе коммуникацию и технологии политического консультирования, то в рамках единого дискурса способны работать только политтехнологи, поскольку консультанты выходят за его рамки. Центры политического консультирования – это институционализированная форма профессионального объединения политических консуль-

тантов, основой деятельности которых является социально-политическая инженерия общества и производство технологий политического консультирования в полидискурсивном пространстве

Центры политического консультирования – это один из социальных способов существования интеллекта, способ его адекватного социального применения и достойной оплаты. Центры политического консультирования сознательно ставят перед собой задачу социальной инженерии общества на основе применения технологий политического консультирования, то есть такого преобразования общества, которое возникает как идея в головах интеллектуалов, проект в виде консультационного текста в аналитических докладах интеллектуалов, объединенных в мозговой трест, намерение общественного действия в сфере публичной политики, куда консультанты продвигают свои доклады, в которых предложены несколько вариантов решения проблемы и выбраны технологии политического консультирования, позволяющие достичь желаемого результата и затем возникает как конкретное законодательное или исполнительное решение в институциональной политике, где его опять же формулирует консультант, советник. Наличие развитых центров политического консультирования – результат институционализации политического консультирования.

На протяжении этой цепочки политический консультант является генератором идей, аналитиком альтернатив и прогнозов, модератором публичной коммуникации, производителем технологий политического консультирования, проектантом конкретных законодательных или исполнительных решений и лоббистом общественных интересов, выражаемых публично.

Центры политического консультирования характеризуют собой два взаимосвязанных процесса. Первый процесс – переход от этатизма в области развития и применения интеллекта к частным структурам гражданского общества – корпорациям, которые не просто организуют, развивают и применяют интеллект, но создают целую индустрию социальной инженерии, где интеллект является инструментом и главной основой всех производимых и используемых технологий. Второй процесс – переход от политики персональной ответственности лидеров к публичной политике, где ответственность берет на себя политически активная часть гражданского общества и в силу этого выделение публичной политики из аппа-

ратно-государственной, партийной, корпоративной и специальных политик в отдельную относительно самостоятельную область

За почти 20 лет, прошедших со времени возникновения первых организаций политологического характера, рынок услуг политического консультирования вполне структурировался, но появление новых центров – явление достаточно редкое. За прошедшие годы центры политического консультирования выработали собственную методологию, формы, стиль работы. Существенно изменился, помолодев, кадровый состав, в нем уже немало дипломированных политологов.

Центры политического консультирования превратились в реально функционирующие структуры, заполнившие нишу между гуманитарной наукой и практикой. Сообщество политических консультантов развилось в новую социальную группу, которая отличается от академической науки, аналитиков, работающих в структурах власти и которая пытается влиять на принятие решений в области управления государством.

Однако институционализация центров политического консультирования в России еще не сформирована в должной, демократической мере в отличие от подобных центров за рубежом.

Во втором параграфе – *«Технологии политического консультирования в избирательном процессе»* – выделяется часть технологий политического консультирования, их вариантов и видоизменений, которая составляет «ядро» технологических элементов политического консультирования. Для этого используется комплексный критерий, который основывается на учете сочетания четырех основных параметров: частоты использования технологий в избирательном процессе, широты их применимости в рамках политического консультирования, степени эффективности тех или иных технологий, адаптивности данных технологий политического консультирования к региональной специфике.

В диссертационном исследовании иллюстрируется широкая палитра мнений политических консультантов относительно данных технологий, которую можно распределить по двум полюсам:

– часть экспертов считает, что универсальные технологии политического консультирования существуют и действуют во всех странах без исключений при условии наличия института выборов и некоторой адаптации.

— другая часть экспертов считает, что универсальные технологии политического консультирования существуют, но большинство из них действует только в ряде стран, имеющих общую политическую культуру. По их мнению, они сегментированы и состоят из групп стран, объединенных общностью политической культуры. Существует единое пространство стран СНГ, зона стран Восточной Европы, страны Западной Европы, страны Балтии, страны Скандинавии, страны Северной Америки, страны Южной Америки и т.д. Общность политической культуры в группе стран облегчает перенос технологий из государства в государство, но коренные различия делают заимствование большей части иностранного опыта невозможным.

С учетом данного комплексного критерия можно выделить следующие технологии политического консультирования: имиджмейкинг, политическая реклама, политический PR, медиаманипулирование (спин-докторинг) и совокупность полевых техник, нацеленных на непосредственную коммуникацию с избирателями от имени клиента. Как подчеркивается в исследовании, применение данных технологий позволяет формировать, изменять и контролировать общественное мнение в рамках избирательного процесса.

Под политической рекламой диссертант понимает совокупность методов, механизмов, приемов и процедур побуждения избирателя голосовать за того или иного политика, партию или объединение, курс государства и т.д. Политическая реклама, в большей мере, концентрируется на создании образа и привлечении к нему потенциального избирателя. В то время как имиджмейкинг включает в себя приемы и механизмы позиционирования, в первую очередь самого политика или партии, создания и поддержания ими сформированного имиджа. Политический PR — это методы и средства формирования благоприятного общественного мнения о политике, партии, органе политической власти, а точнее, об уже созданном образе через СМИ. Спин-докторинг включает в себя методики исправления и корректировки события в СМИ, после того как информационное развитие приняло незапланированный характер.

Исследуя конкретные индивидуальные случаи, так называемые case-study, касающиеся применения данных технологий политического консультирования в рамках избирательного процесса, диссертант выводит целый ряд

закономерностей в их применимости, выбрав в качестве примеров case-study три региональные площадки Свердловскую, Ростовскую и Нижегородскую области. Политическая жизнь в Свердловской области, начиная с 1991 года, являлась барометром, определяющим вектор развития всей страны и крупным региональным полигоном для «обкатки» технологий политического консультирования. Именно в Свердловской области данные технологии получили первую практическую применимость, свое развитие и «обросли» различными модификациями. В то время как в Ростовской и Нижегородской областях можно было увидеть неэффективность данных технологий в борьбе с административным ресурсом, который стал доминировать в избирательном процессе с конца 90-х годов XX века.

Применение административного ресурса вовсе не означает, что правящие партии в современной России и кандидаты на выборные должности всех уровней от этой партии отказались от применения данных технологий политического консультирования. Политические победы правящих партий и кандидатов от них достигались с помощью применения и политического PR, и имиджмейкинга, и политической рекламы, и спиндокторинга и других технологий политического консультирования. Однако самым важным политическим преимуществом правящих партий являлся административный ресурс, который позволяет достигать нужных результатов в тех случаях, когда технологии политического консультирования не работают, особенно рельефно это продемонстрировано в исследовании на примере Ростовской и Нижегородской областей.

Диссертантом подчеркивается, что применение административного ресурса на региональном и муниципальном уровнях связано с тем, что роль информационно-коммуникационного воздействия в формировании персонализированного имиджа в региональном и муниципальном преломлении снижается. Обуславливается это тем, что в условиях конкуренции имиджей на региональном уровне доминирующим фактором, определяющим выбор избирателей, становится успешная неполитическая деятельность кандидата и его профессиональные качества. Уровень осведомленности о них в регионе складывается в более продолжительный период в результате сложения воздействия как институализированных, так и неформальных каналов информации. Поэтому избирателей в ходе предвыборной кампании труднее обмануть и навязать им с помощью технологий

политического консультирования какие-либо конструируемые характеристики имиджа – контримиджа в этой области Соответственно и потребность в административном ресурсе становится очевидной

В заключении подводятся итоги диссертационного исследования и намечаются перспективы дальнейшей разработки данной проблематики

Основное содержание диссертации отражено в следующих публикациях автора:

в журнале, рекомендованном ВАК Министерством образования и науки РФ для публикаций материалов кандидатских диссертаций:

1. Смыр, Е. И Основные виды политического консультирования [Текст] . научное издание / Е И Смыр // Философия права – Ростов н/Д . Ростовский юридический институт МВД России. – 2009. – № 2. – С. 50–53 – 0,5 п л

Другие публикации:

2 Смыр, Е И Особенности политического консультирования в региональном контексте [Текст] · материалы конференции / Е.И. Смыр, под ред. П П Баранова, С О Беляева // Региональная власть · политико-правовые аспекты реализации и осуществления : Межвузовская научная конференция. Т. 1 – Ростов н/Д Изд-во Южного федерального университета, 2007 – 0,2 п л

3 Смыр, Е И Что есть политическое консультирование? [Текст] · материалы конференции / Е И Смыр // Ученые записки НОУ ВПО РИЗП – Вып XI – Ростов н/Д Донской издательский дом, 2007. – 0,1 п л.

4. Смыр, Е И Профессия – политический консультант [Текст] . материалы конференции / Е И. Смыр, под ред П П. Баранова, С О Беляева, Г С Працко // Порядок общества актуальные проблемы социально-правовой теории Межвузовская научно-теоретическая конференция – Ростов н/Д Изд-во Южного федерального университета, 2008 – 0,3 п л

5. Смыр, Е И Политическое консультирование в период избирательной компании [Текст] материалы конференции / Е И Смыр // Ученые записки НОУ ВПО РИЗП – Вып XII. Проблемы национальной безопасности экономика, политика, право Сборник материалов международной научно-практической конференции 6 мая 2008 года – Ростов н/Д Изд-во АкадемЛист, 2008 – 0,1 п л

6 Смир, Е И История возникновения политического консультирования [Текст] материалы конференции / Е И. Смир, под ред П П Баранова, С О Беляева, Г С Працко // Порядок общества и правовой нигилизм Межвузовская научно-теоретическая конференция – Ростов н/Д Изд-во Южного федерального университета, 2008 – 0,3 п л

7 Смир, Е И Особенности функционирования центров политического консультирования [Текст] материалы конференции / Е И Смир, под ред С О Беляева, В Ю Верещагина, Г С Працко // Порядок и общество Межвузовская научно-теоретическая конференция – Ростов н/Д Изд-во Южного федерального университета, 2009 – 0,3 п л

Подписано в печать 11 11 2009

Формат 60х84 1/16 Печать офсетная Усл печ л 1,5

Тираж 100 экз Заказ № 173

Издательство ГОУ ДПО «Ростовский областной институт
повышения квалификации и переподготовки работников образования»
344011 Ростов-на-Дону, пер Гвардейский, 2/51 пер Доломановский