

УДК 32.073.534

Свирид З. В.

Львівський національний університет імені Івана Франка

### ТИПОЛОГІЯ ТА ФУНКЦІЇ ПОЛІТИЧНОГО КОНСАЛТИНГУ

*Проаналізовано різні підходи до типології політичного консалтингу. Окреслено національні моделі політичного консультування. Розкрито типи суб'єктів внутрішнього та зовнішнього політичного консультування. Визначено специфіку діяльності професійних політичних консультантів у світовій практиці. Розглянуто спектр функцій політичного консультування у політиці.*

**Ключові слова:** політичний консалтинг, моделі політичного консалтингу, суб'єкти політичного консультування, внутрішній консалтинг, зовнішній консалтинг, виборча кампанія, радник, помічник.

Свирид С. В.

### ТИПОЛОГИЯ И ФУНКЦИИ ПОЛИТИЧЕСКОГО КОНСАЛТИНГА

*Проанализированы различные подходы к типологии политического консалтинга. Определены национальные модели политического консультирования. Раскрыты типы субъектов внутреннего и внешнего политического консультирования. Определена специфика деятельности профессиональных политических консультантов в мировой практике. Рассмотрен спектр функций политического консультирования в политике.*

**Ключевые слова:** политический консалтинг, модели политического консалтинга, субъекты политического консультирования, внутренний консалтинг, внешний консалтинг, избирательная кампания, советник, помощник.

Svyryd Z.

### TYPOLOGY AND FUNCTIONS OF POLITICAL CONSULTING

*This paper examines different approaches tounder standing the typology of political consulting. The article outlines national model of political advice and typesof subject sexpose dinternal and external political consulting. It has been defined a specific character of professional political consultants in the world and considered a rangeo ffunctions of political consultationin policy.*

**Key words:** political consulting, political consulting models , actors political consulting, internal consulting, external consulting, campaign, adviser, assistant.

Різноманітність підходів до розуміння політичного консультування та особливості його дослідження в США та країнах Європи свідчать про те, що політичний консалтинг є невід'ємною складовою політичного життя. Політичне консультування є одним із головних елементів сучасного політичного процесу, адже воно чинить вплив на формування і діяльність органів державної влади, а також на прийняття тактичних і стратегічних політичних рішень та на позадержавну політичну діяльність.

У країнах з розвинутими демократичними традиціями діяльність політичних

консультантів є досить поширеним явищем і привертає увагу дослідників. В Україні все більше політиків, громадських діячів, політичних організацій і партій потребують послуг фахівців у цій сфері, тому з нашої точки зору актуальним є дослідження типології та функцій політичних консультантів. Це в свою чергу сприятиме обізнаності суб'єктів політики щодо можливостей залучення для своїх завдань політичних консультантів, а також дозволить грамотно скористатися послугами політичного консультування з визначеної проблеми: чи це буде участь у виборчій кампанії, чи надання консультацій безпосередньо у апараті політичної партії.

У західному політологічному середовищі останніми роками спостерігається значне зростання кількості публікацій, присвячених проблемі типології та функцій політичного консультування. Серед них ми би хотіли відзначити німецького дослідника Петера Радунські, який запропонував типологію національних моделей політичного консалтингу, яка згодом дозволила здійснити поділ політичного консультування на „зовнішнє” та „внутрішнє”. Деякі аспекти зазначеної проблеми висвітлюють американські дослідники Р. Аграноф, Д. Фаррел, Р. Колодний, С. Медвік, Дж. Неаполітан, Д. Маглебі, Т. Паттерсон, Дж. Торбер. Водночас вагомими теоретичними та практичними розробками у цій галузі здійснюють російські вчені В. Гончаров, О. Ситніков, О. Морозова, Г. Пушкарьова, Г. Марченко, К. Єгорова-Гатман, А. Посадський, І. Огарь, Н. Бахвалова, Є. Беляков, С. Устинкін. Серед українських дослідників важко визначити коло науковців, які безпосередньо займаються дослідженням типології політичного консалтингу, проте певні аспекти політичного консультування у рамках політичної аналітики розглядають В. Ребало, О. Валєвський, С. Телешун.

Метою статті є окреслити конфігурацію сфери політичного консультування у типологічному та функціональному зрізах, для чого ми проаналізуємо типологію політичного консультування та розглянемо типи його суб'єктів, а також висвітлимо функціональний аспект діяльності політичних консультантів у політиці, беручи до уваги зарубіжний і вітчизняний досвід. Завдяки цьому ми зможемо узагальнити критерії, що виділяють професійне політичне консультування серед інших видів подібних послуг, а також охарактеризувати його функції в цілому.

Зважаючи на різноманітні підходи до трактування сутності явища політичного консультування в політиці, особливу увагу слід приділити його типології та функціям, які виконують суб'єкти політичного консультування у професійному політичному середовищі. З нашої точки зору, поділ політичного консультування на певні типи залежить від низки критеріїв, а це: 1) особливості політичної системи тої чи іншої країни; 2) законодавство про вибори; 3) хто є суб'єктами політичного консультування; 4) суб'єктно-об'єктні відносини в процесі політичного консультування.

Як наслідок, а межах цих критеріїв у США та країнах Західної Європи склалися

національні моделі політичного консалтингу. Узагальнивши різні точки зору, німецький дослідник Петер Радунські запропонував таку типологію національних моделей політичного консалтингу [1, с. 167].

• Американський тип – головними суб'єктами політичного консультування є фахівці, що займаються організацією виборчих кампаній, побудовою іміджу клієнта. Вони співпрацюють з клієнтами як окремі політичні консультанти і водночас надають свої послуги як незалежні консультаційні фірми. До їх функцій входить як консультування, так і безпосередньо менеджмент виборчих кампаній. До прикладу, Р. Аграноф включає до складу найважливіших особливостей американської моделі „персоніфікацію” і „депрограмацію” політичної боротьби, кінцевий перехід функцій керівництва передвиборчими кампаніями із рук кандидатів у руки політичних менеджерів і консультантів, проведення масових соціологічних і маркетингових досліджень до початку виборчої кампанії, а також широкомасштабне використання ЗМІ [2, с. 43]. О. Морозова, спираючись на роботи Мішеля Бонграна, протиставляє американській моделі французьку, основу якої, на її думку, становить велика політико-програмна напруженість розробок політичних маркетологів [3, с. 97].

• Німецький тип – у межах цього типу суб'єктами політичного консультування є партійні менеджери, на яких покладаються основні завдання та функції в межах політичної організації. Це пов'язано з тим, що політичний консалтинг у Німеччині існує всередині політичних партій, асоціацій і фондів, а також аналітичних центрів, що фінансуються з державного бюджету. Політичні партії можуть створювати власні аналітичні центри, що в свою чергу не дає можливості політичним консультантам розглядати їх в якості клієнтів. Хоча на тимчасовій основі, в період виборчих кампаній до роботи запрошуються незалежні консультанти проте лише, як спеціалісти у певній галузі політичної комунікації [2, с. 43]. У більшості випадків, професійне консультування в Німеччині визначається терміном „політичний менеджмент”.

• Французький або змішаний тип – рівноправними суб'єктами політичного консалтингу є як співробітники партійного апарату, так і окремі консультанти, що працюють з кандидатом на комерційній основі. Політичне консультування в країні розглядається як один із напрямків

політичного маркетингу. Основний акцент робиться на вивченні громадської думки, чим і займаються фахівці з електоральної комунікації. Специфіка французького політичного консультування зумовлена тим, що консультанти працюють із сильними політичними партіями. Це спричинило своєрідний розподіл праці: партії працюють з населенням, а консультанти – безпосередньо з кандидатом, формують його імідж, готують програми та виступи в ЗМІ.

Слід зазначити, що ці моделі швидше характеризують ідеальні типи, котрі визначають певні позиції на шкалі автономії сфери політичного консалтингу від партійної системи в межах національного політичного процесу. Тому запропонована П. Радунські типологія характеризує, насамперед, специфічні риси політичного консультування, що притаманні політичній системі тої чи іншої країни, а також дозволяє здійснити поділ політичних консультантів на „зовнішніх” – фахівців, які працюють на контрактній основі для проведення конкретної політичної кампанії та „внутрішніх”, які регулярно співпрацюють з представниками однієї політичної організації або переходять на постійну роботу в її апарат [1, с.167].

Більшість вітчизняних дослідників, розмірковуючи над питанням типології політичного консультування, притримуються схожої точки зору. До прикладу, українські дослідники О. Л. Валевський та В. А. Ребкало визначають „зовнішній” та „внутрішній консалтинг” як жанри політичного консультування [4]. Критерієм розмежування в них виступає суб’єкт, який здійснює консультування: в першому випадку – це незалежні експерти, а в другому – апарат політика, про що вже згадувалося вище.

А. Посадський, розділивши консультантів на зовнішніх і внутрішніх, охарактеризував їхні особливості: зовнішніми він назвав незалежні консультаційні фірми та індивідуальних консультантів, які надають послуги клієнтам на основі відповідного договору; внутрішні – це фахівці з економіки й управління, зайняті в штаті тієї чи іншої організації [5, с.39].

Досить розширену типологію політичного консультування наводить К. Єгорова-Гантман. Здійснюючи поділ політичного консультування на „внутрішнє” та „зовнішнє”, вона намагається на основі певних критеріїв розкрити суть кожного із типів. Беручи за основу позицію дослідниці, спробуємо розглянути політичне

консультування, яке здійснюється зсередини апарату того чи іншого політика, його суб’єкти та спробуємо визначити їхню типологію.

Внутрішній політичний консалтинг є партійно орієнтованим, тобто, існує всередині політичних партій, асоціацій, і фінансується, головним чином, із державного бюджету [6, с.36]. Цей тип консалтингу характеризується високим рівнем ієрархії та інституалізації та середнім ступенем професіоналізації, що в свою чергу не веде до створення повноцінної діяльності політконсалтингових агентств. Як згадувалося вище, в Німеччині консультанти функціонують в структурі партійного апарату, і найважливішим напрямком їх діяльності є лобізм [7, с. 16-17].

На думку Г. Пушкарьової, головною особливістю внутрішнього консультування є те, що консультанти входять до складу структури, якою керує політик-практик, тому вони знаходяться під керівництвом, і їх функції залежать в першу чергу від штатного розкладу [8, с. 367].

Якщо аналізувати внутрішнє політичне консультування як процес, який здійснюється всередині апарату політика, то слід розрізнити такі його типи: формальне, неформальне, змішане.

На думку К. Єгорової-Гантман, формальне політичне консультування виражає відносини між джерелом інформації – політичним консультантом та одержувачем консультації – клієнтом, коли обидва суб’єкти знаходяться в безпосередньому службовому зв’язку один з одним, при цьому клієнт займає значно вище становище і є для консультанта прямим чи непрямым керівником [9, с. 9]. До формального політичного консультування відносять усі види відповідної професійної, службової і політичної інформації, всі спеціальні ЗМІ і літературу, а також спеціальні звернення політика за консультаціями до тих, хто зобов’язаний їх надавати йому особисто, або з огляду на службове становище до свого помічника, іншого штатного співробітника або працівника професійної консультаційної служби [4, с.3].

При формальному консультуванні суб’єкти набувають різноманітних соціальних ролей, які мають службове оформлення у конкретних умовах і обставинах. За такими критеріями в структурі апарату політика можна визначити такі типи суб’єктів формального політичного консультування [9, с.12].

*Помічник* – це особа, на яку покладаються офіційно встановлені права, адміністративні повноваження, обов’язки, що вимагають виконання широкого комплексу функцій технічного, організаційного і змістовного характеру, які потребують загальної і професійної підготовки, а також відносно високої міри практичної самостійності, але при повній відсутності у нього самостійності політичної.

*Радник* – це дуже висококваліфікований і визнаний фахівець у певній галузі. Головна відмінність і особливість радника в тому, що в силу свого професійного рівня – це завжди величина політична чи, як мінімум, потенційно політична в контексті якихось можливих чи вірогідних політичних подій і процесів, особливо конфліктного характеру.

*Консультант* (у вузькому сенсі) – це фахівець високого професійного рівня, на якого покладається виконання вузьких і спеціалізованих функцій. На відміну від радника, політики звертаються до консультантів з питань вузького і спрямованого характеру. До прикладу, як здійснити, обґрунтувати, зробити політично привабливими вже прийняті стратегію, курс, рішення, а також заходи щодо їх реалізації [9, с. 13].

Однак відмінності між виконанням тої чи іншої ролі всередині апарату політика все ж таки є. Це дозволило нам порівняти суб’єкти формального політичного консультування з точки зору їхньої соціальної ролі та службового оформлення (табл.2).

Табл.1

**Порівняльна характеристика суб’єктів формального політичного консультування**

<i>Критерії</i>	ПОМІЧНИК	РАДНИК	КОНСУЛЬТАНТ
<i>Лідерська позиція</i>	клієнт	клієнт, за певних умов консультант	клієнт
<i>Адміністративна самостійність</i>	висока	висока	низька
<i>Роль у прийнятті політичних рішень</i>	опосередкована	безпосередня	опосередкована
<i>Політична самостійність</i>	не допускається	допускається	не допускається
<i>Професійна самостійність</i>	допускається в певних межах	допускається, якщо посилює позицію клієнта	допускається, але залежить від посади
<i>Професійний статус (вищі наукові регалії та звання)</i>	звання не обов’язкові або не бажані	обов’язкові	не обов’язкові
<i>Функціональний характер питань</i>	технічний організаційний	загальний пошуковий	вузький спрямований
<i>Процедура звільнення</i>	проста	складна	проста

Суб’єктами неформального політичного консультування виступають члени сім’ї, родичі, друзі, люди, а також випадкові та незнайомі люди, які можуть висловити щонебудь на вулиці, мітингу, на різного роду зустрічах. Проміжне місце між формальним і неформальним політичним консультуванням займає змішане, яке поєднує спільні характеристики кожного із типів.

На противагу внутрішньому, зовнішній політичний консалтинг ініціативний і незалежний, а взаємовідносини його учасників відбуваються на високому рівні, адже практичний результат залежить від активної взаємодії обох сторін.

Зовнішній політичний консалтинг здійснюється сукупністю окремих фахівців чи незалежних професійних консультантів,

які об’єднуються у фірми, що працюють на контрактній основі та орієнтовані безпосередньо на клієнтів, у ролі яких виступають політичні лідери чи кандидати на різноманітні виборчі пости, рідше політичні партії. Зовнішнє політичне консультування здійснюється шляхом укладення договору незалежними консультантами чи консультаційними фірмами, в якому вказується перелік наданих послуг та обговорюються умови їх оплати [10, с.367]. Як правило, зовнішні консультанти мають великий досвід роботи, вони не бояться працювати на всіх рівнях організації, з ними можна обговорювати найскладніші проблеми.

Зовнішнє консультування, як і внутрішнє може носити формальний, неформальний і змішаний характер. Суб’єктами зовнішнього

політичного консультування на формальній основі є [9, с. 17]:

- наукові працівники та викладачі вузів гуманітарних спеціальностей – політологи, психологи, соціологи, філософи, історики, юристи;
- керівники та працівники центральних апаратів різних громадських організацій або галузевих міністерств чи відомств;
- політичні консультанти, для яких ця діяльність є єдиною або принаймі, основною.

Останній тип політичних консультантів у нашій країні з’явився зовсім недавно, але поступово їхня кількість зростає. Вони поділяються на дві підгрупи: окремі політичні консультанти, які працюють самостійно і лише для виконання певних завдань і замовлень, що в свою чергу, можуть

об’єднуватися в групи та команди; працівники незалежних консультаційних фірм.

Як ми вже неодноразово зазначали, професійна діяльність політичних консультантів характерна для США, де політичний консалтинг є специфічним видом бізнесу, що характеризується високим рівнем інституалізації за рахунок проведення великої кількості виборчих кампаній. Американські дослідники Д. Фаррел, Р. Колодний і С. Медвік розробили типологію політичних консультантів на основі двох змінних: сфери, із якої фахівець прийшов у політичний консалтинг і типу клієнтів, з якими він працює. Відповідно до цієї типології розглянемо категорії політичних консультантів і клієнтів у США [6, с. 15] (табл. 2):

Табл. 2

Типологія політичних консультантів за Д. Фаррелом, Р. Колодним та С. Медвіком

<i>Категорії</i>	<i>Сфера діяльності консультантів</i>	<i>Типи клієнтів</i>
I	Маркетинг та комерційний ПР	Бізнес-структури, що мають політичні інтереси
II	Бізнес	Кандидати і політичні партії
III	Політика	Кандидати від „своєї” політичної партії
IV	Політика	Комерційні структури
V	Політика	Політичні клієнти

Російський дослідник В. Гончаров, вважає, що типологію, запропоновану Д. Фаррелом, Р. Колодним і С. Медвіком слід доповнити ще однією категорією політичних консультантів у США [6, с.17]: п’ята категорія політичних консультантів – це фахівці, які будують свою кар’єру в політиці, працюють тільки з політичними клієнтами, але сприймають саму політику як бізнес і не пов’язані тісними зв’язками з якою-небудь політичною партією. Такі консультанти отримують перший професійний досвід не в апараті політиків і партії, а безпосередньо в консалтингових агентствах, де їм, звичайно, доводиться починати з найменш престижної роботи [11, с.43-44]. Політичні консультанти п’ятої категорії поступово набирають професійної кваліфікації, починаючи із низькооплачуваних посад у консалтингових агентствах, але не формують власних ідеологічних вподобань.

З нашою точки зору, самостійні зовнішні політичні консультанти мають низку суттєвих відмінностей, а саме:

- професійна самоідентифікація, виявляється в позиціонуванні себе і своєї професії, як політичне консультування, чого не можуть і не роблять інші фахівці для яких

консультування виступає суміжним видом діяльності, або лише практичним втіленням результатів, досягнутих на основній роботі;

- комерційний характер діяльності означає, що фактичним та єдиним джерелом доходів незалежних політичних консультантів є оплата за послуги, які вони здійснюють. Як окремі консультанти, так і приватні консультаційні фірми будують свої відносини з клієнтами на договірній основі за схемою „замовник – виконавець” або, по-іншому, „клієнт-консультант”

- визначення професійного поля діяльності виражається у прагненні політичних консультантів визначити та розширити коло своєї професійної компетенції. Сучасні незалежні політичні консультанти прагнуть інституалізувати свою професію, домогтися визнання у науковому співтоваристві саме в якості політичних консультантів. Про це свідчить створення асоціацій політичних консультантів у США, Німеччині, а впродовж останнього часу також у Росії та Україні. Наслідком цього стала поява міжнародних структур, які об’єднують політичних консультантів. До прикладу, в 1968 р. Дж. Неаполітаном і М. Бонграном у Парижі була заснована Міжнародна

асоціація політичних консультантів [12]. Тому однією з тенденцій розвитку професійного політичного консалтингу є його інтернаціоналізація, в межах якої відбувається обмін досвідом за межами національних кордонів [1, с. 146].

Поява на політичному полі, незалежних професійних консультантів дала поштовх до розуміння явища політичного консультування як засобу професіоналізації політики. В свою чергу внутрішній політичний консалтинг залишається „закритим” щодо можливостей професійних консультантів, адже головними суб’єктами є партійні менеджери чи функціонери, діяльність яких зосереджена в межах політичної організації, що не орієнтує на вдосконалення своїх знань і вмінь, а головним мотивом їхньої діяльності є збереження влади партії, її концептуально-ідеологічної позиції серед потенційних виборців.

Можемо констатувати, що за останні роки політичне консультування стало невід’ємним елементом виборчої кампанії і політичного процесу в цілому. Замкнутий та езотеричний характер політичного поля роблять необхідною участь професійних політичних консультантів, здатних надавати кваліфікаційну допомогу в організації виборчих кампаній, популяризації різноманітних подій та створенні політичного іміджу [7, с.50]. Проте питання про масштаби реальної впливовості політичних консультантів залишається відкритим, адже досі не існує спільної точки зору щодо функцій, які повинен виконувати фахівець у цій галузі.

Ми погоджуємося з тим, що політичне консультування, як і будь-яка інша професійна діяльність, виконує широке коло функцій. Спектр функцій політичного консультанта коливається від надання психологічної допомоги клієнту, проведення соціологічних досліджень, побудови стратегії виборчої кампанії, до суто організаційних процедур – роботи з ЗМІ, формування команди професіоналів-однодумців чи організації роботи штабу [13]. До прикладу, в політологічному словнику зазначається, що до основних завдань політичного консультування слід віднести: оцінку ризиків діяльності клієнта, об’єктивну оцінку ситуації, рекомендації щодо зміни, навчання членів організації навичкам самостійного управління ситуацією [14, с. 328].

Однак з моменту виникнення цього явища і до сьогодні функції політичного

консультування дещо видозмінилися. Це в свою чергу спричинило дискусії з приводу того, чи повинен професійний політичний консультант бути універсалом, чи спеціалізуватися на вузько визначених проблемах, і яка роль йому відведена у процесі політичного консультування.

З приводу цього, А. Гармонова зазначає, що „з моменту зародження політичного консультування існує дилема „психіатр чи режисер”, що примушує задуматися над своєю професійною роллю самих консультантів” [15]. Вона зауважує що, в американській електоральній традиції, політичний консультант має чітко визначені функції, які виражаються в обговоренні загальних напрямків роботи компанії, власне консультування кандидата і його команди. Проте за останні десять років американський ринок політичного консультування значно змінився: відбувся своєрідний спеціалізований розподіл праці. З’явилися консультанти-спеціалісти, відповідальні тільки за визначені напрямки роботи під час виборчої кампанії, це: консультанти, що спеціалізуються на ЗМІ, опитуваннях громадської думки та консультанти зі збору ресурсів [15]. До прикладу, американськими дослідниками у 1999 р. було проведено дослідження: із загальної сукупності консультантів було вибрано лише чотири розряди консультантів – загальні консультанти („джереналісти”), фондрейзери, соціологи і медіа-консультанти. Половина з опитаних консультантів (48%, в 1999 – 51%) є „джереналістами”. Приблизно кожен сьомий – медіа-консультант (17%, в 1999 – 16%) або соціолог (16%, у 1999 – 15%). Останні проводять як класичні соціологічні дослідження, так і фокус-групи. Значно меншу частину становлять фахівці з проведення поштових кампаній (9%, в 1999 – 7%), а також збирачі грошей або фондрейзери (4%, в 1999 – 6%). Найменший відсоток становлять аналітики, які проводять моніторинг ЗМІ, а також дослідники опозиції – 3% (в 1999 – 2%), і, нарешті, фахівці зі здійснення польових операцій – 1% (у 1999 – 2%) [16, с.73].

Функціональний аспект діяльності політичних консультантів має місце у роботах низки російських дослідників. Так, О. Морозова зазначає, що ключовим у діяльності політичного консультанта є його професійні якості та технічна спеціалізація. На її думку, основними функціями політичного консультування є наступні [3, с. 13]:

- ціннісно-цільова функція, яка полягає у донесенні до виборців ідей, цінностей, конкретних пропозицій кандидата шляхом розробки його передвиборчої платформи, формування іміджу та ефективної постановки політичної комунікації;

- стратегічна функція, яка передбачає, що політичний консультант є головним стратегом у виборчій кампанії, який має чітко визначені цілі, контролює політичний простір і час, збирає і використовує ресурси;

- структурно-інтегративна функція, яка означає формування команди для свого кандидата, організація групи підтримки у ролі активістів і добровольців;

- психосоціальна функція, що полягає у наявності мотивації, яка здатна згуртувати команду кандидата для успішного виконання поставлених завдань.

Схожу точку зору висловлює В. Гончаров, зазначаючи, що технологічне забезпечення виборчих кампаній є основною функцією політичного консультанта. Він вважає, що до спеціальних технологій політичного консультування можна віднести сукупність прийомів і дій, які підвищують ефективність діяльності політичних суб'єктів у конкурентному середовищі [2, с. 134].

О. Ситников, І. Огар, Н. Бахвалова виділяють такі функції політичного консалтингу [10, с. 18]:

- дослідження політичної ситуації (від досліджень іміджу окремого суб'єкта політичної ситуації до досліджень виборної історії суспільства);

- прогнозування політичної ситуації (за категоріями її прояву);

- реалізація маркетингового аспекту (позиціонування в політичній ситуації);

- розробка стратегічних планів і програм, формування іміджу;

- створення і перетворення структур, які є суб'єктами політичної ситуації або впливають на неї;

- оцінка ефективності проектів і заходів, покликаних тим чи іншим способом вплинути на існуючу політичну ситуацію;

- реалізація стратегічних і тактичних планів впливу на політичну ситуацію;

- оперативне реагування на зміну політичної ситуації (стратегічне і тактичне).

З нашої точки зору, специфіка політичного консалтингу полягає в тому, що професійний консультант повинен бути водночас і фахівцем, і універсалом. До прикладу, керівництво передвиборчою кампанією або побудова іміджу клієнта – це багатофункціональне завдання, що потребує

знань у певній спеціальній галузі, яка тісно пов'язана з іншими. Щоб бути справжнім професіоналом, фахівець повинен вміти дивитися на проблему з точки зору універсала, а універсал – кваліфіковано застосовувати основні дослідницькі та діагностичні методи. Звичайно, політичний консультант спочатку повинен бути фахівцем в одній із галузей знань (хоча б за освітою), але його соціальна роль включає багато функцій, що виходять за рамки його спеціалізації.

#### **Висновки.**

Професійна діяльність політичного консультанта проявляється у широкому спектрі функцій, які він виконує. Як наслідок, клієнт має можливість співпрацювати із командою професіоналів, яка бере на себе відповідальність за побудову стратегії та тактики кампанії, іміджу кандидата, а також використання сучасних технологій.

З нашої точки зору, доцільним є залучення політиками незалежних політичних консультантів, які реально працюють на результат, незалежно від власної позиції у політичному спектрі. Тому перспективою майбутнього ми вважаємо зовнішній політичний консалтинг, хоча мусимо визнати, що зникнення внутрішнього політичного консультування у нашій державі є практично неможливим ще кілька десятиків років. Адже свідомість громадян є настороженою з приводу впливу політичних консультантів на політичний процес, що позначається на недовірі до такого типу консультування та проявляється у прихованому співробітництві з політичними суб'єктами.

#### **ЛІТЕРАТУРА**

1. Марченко Г. Политическое консультирование в контексте интернационализации / Г.И. Марченко // Космополис. – №2 (12). – 2005. – С. 146-170.
2. Гончаров В. Политический консалтинг в России: конец эпохи всемогущества / Э.В. Гончаров // Полития. – №2. – 1999. – С. 40-55.
3. Морозова Е. Политическое консультирование и избирательный процесс. / Е. Г. Морозова. – М.: РЦОИТ, 2001. – 118 с.
4. Гурієвська В. Особливості та види процесу консультування у вищих органах державної влади [Електронний ресурс] / В. М. Гурієвська. – Режим доступу: [http://www.academy.gov.ua/ej/ej7/doc\\_pdf/gurievskaya.pdf](http://www.academy.gov.ua/ej/ej7/doc_pdf/gurievskaya.pdf)
5. Посадский А. Основы консалтинга: пособие для преподавателей экономических и бизнес дисциплин / А. П. Посадский. – М.: ГУ ВШЭ, 1999. – 240 с.

6. Гончаров В. Современное политическое консультирование: монография / В. Э. Гончаров. – СПб.: ИВЭСЭП, Знание, 2007. – 220 с.
7. Кадария Ф. Консалтинг как современная политическая технология / Ф. Д. Кадария // Известия высших учебных заведений Северо-Кавказский регион. Общественные науки. Приложение. – 2003. – №.3 – С.50-55.
8. Пушкарева Г. Политический менеджмент / Г. В. Пушкарева. – М.: Дело, 2002. – 366 с.
9. Строва-Гантман Е. Как делать имидж политика / Е. В. Строва-Гантман, И. Е. Минтусов. – М.: Никколо-М, 1995. – 50 с.
10. Ситников А. Политический консалтинг: Учебное пособие / А. П. Ситников. – М.: Издательский дом ГУ ВШЭ, 2004. – 624 с.
11. Левин К. Начало карьеры в политиконсалтинге / К. Левин // Справочник по политическому консультированию. М.: Консалтинговая группа „ИМИДЖ-Контакт”; ИНФРА-М, 2002. – С. 43-48.
12. The International Association of Political Consultants [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.iapc.org/>
13. Мишкинене Ю. По ту сторону классического политиконсалтинга [Электронный ресурс] / Ю. Мишкинене // Политическое консультирование №4, 2003. – Режим доступа: <http://soob.ru/n/2003/4/concept/7>
14. Политология: Словарь-справочник / М.А. Василик, М.С. Вершинин и др. – М.: Гардарики, 2001. – 328 с. - [Электронный ресурс]. – Режим доступа:<http://politike.ru/dictionary/286>
15. Гармонова А. Политическое консультирование: новые перспективы развития рынка труда в России [Электронный ресурс] / А. В. Гармонова. – Режим доступа: <http://www.elibrary.ru/>
16. Кузнецов Г. Политический лоббизм: мировой опыт и возможности регулирования / Г. С. Кузнецов // Национальный институт развития современной идеологии. – М., 2009 г. – 24 с.
17. Марченко Г. Социологический портрет политических консультантов в США / Г. И. Марченко // Социологические исследования. – 2005. – №5, – С. 71-80

УДК 372.832:147

**Бабічев Є.Р.**

Харківський Національний технічний  
Університет сільського господарства,  
ім. Петра Василенка

## **ВИКЛАДАННЯ ПОЛІТОЛОГІЇ В ВИЩОМУ НАВЧАЛЬНОМУ ЗАКЛАДІ В УМОВАХ БОЛОНСЬКОГО ПРОЦЕСУ. АКТУАЛІЗАЦІЯ ПРОБЛЕМАТИКИ**

*Аналізується роль політології у формуванні світогляду сучасного спеціаліста аграрія. Питання розглядається з урахування проблем, що виникають при викладанні політології у Вищому навчальному закладі в процесі впровадження Болонської системи. Окремо аргументується точка зору, що поряд із поглибленням ролі індивідуальної та самостійної роботи студентів, є певна потреба в розширенні кількості годин викладання політології в аудиторних умовах на лекційних і семінарських заняттях. У своїх судженнях автор спирається на особистий і кафедральний досвід викладання політології.*

**Ключові слова:** політологія, Вищий навчальний заклад, університет, Болонська система.