

В процессе своего исторического развития демократии приходилось давать адекватные ответы на многочисленные исторические вызовы. Какой ответ будет дан ею в этот раз, покажет время.

А. М. Захаров

ОСОБЕННОСТИ ПОЛИТИЧЕСКОГО КОНСАЛТИНГА В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Политический консалтинг – это деятельность, обеспечивающая потребности общества, выделенных групп и индивидов в достижении целей направленного изменения существующей социально-политической ситуации. Он включает в себя консультирование клиентов по широкому кругу интересующих вопросов в сфере экономики, права, власти и политики, а также проблем социально-политического характера, а не только анализ политической ситуации. Суть политического консалтинга заключается в оказании помощи клиенту для повышения эффективности его политической деятельности и предоставлении информации, рекомендаций и услуг в достижении поставленных целей. Политический консалтинг проявляется, прежде всего, в электоральных процессах как комплекс средств, направленных на формирование адекватного имиджа кандидата перед потенциальными избирателями с целью его вывода на широкие слои электората и увеличения числа сторонников для победы на выборах.

Если в начале 1990-х гг. практика политического консалтинга переживала период любительства, и поэтому успех политика обычно предопределялся его энергией и энтузиазмом, то в настоящее время наступил период, когда в сфере политического консалтинга происходит становление технологий, связанных с открытием новых подходов в области передачи информации в контексте достижений глобализации. К началу XXI века современный политический консалтинг стал превращаться в глобальный транснациональный феномен, хотя к настоящему времени этот процесс еще не завершен.

Можно выделить три варианта объяснения глобализации технологий политического консультирования – прежде всего в контексте его использования в рамках электоральных процессов:

- 1) глобализация равняется американизации;
- 2) глобализация не равняется американизации;
- 3) глобализация рассматривается как модернизация, в которой США выступают как наиболее современная страна и образец для подражания.

Первая позиция подразумевает, что США ведут прямой экспорт американского стиля консалтинговых компаний через американскую специализированную литературу, посвященную электоральным технологиям, занятость за границей американских консультантов, образование в сфере политических технологий, контроль и наблюдение за выборами в других странах. Кроме того, в массовом сознании закрепляется имидж США в качестве

образца для подражания в сфере использования средств информации и коммуникативных технологий убеждения избирателей, хотя большинство политических лидеров и отрицают или умалчивают об американском влиянии и использовании в своих компаниях американских консультантов.

Вторая позиция подчеркивает разнообразие, богатство и силу национальных традиций и систем как факторов сопротивления американизации. С этой точки зрения технологическая унификация электоральной политики в разных странах невозможна, а чрезмерное внимание к американской практике ее проведения – это всего лишь следствие американской же рекламы. В некоторых ситуациях американские политики стали выступать даже в роли импортеров избирательных технологий.

Главное отличие американского подхода к политическому консалтингу от европейского заключается в том, что в Европе принято учитывать долгосрочный горизонт политического планирования, в то время как американские консультанты разрабатывают послания кандидатов к избирателям, ориентируясь исключительно на результаты данной избирательной кампании. В компаниях, специализирующихся на консалтинге по американской модели, центральная роль отводится кандидатам, деньгам и СМИ, поскольку они ориентированы на короткие и электоральные циклы. Европейский же стиль компаний отводит центральное место партиям, ориентируя их компетентность и стремясь усилить доверие избирателей к партиям как к коллективным субъектам политики, находящимся в правительстве или оппозиции. Если американская модель политического консультирования к настоящему времени вполне сложилась, то применительно к Европе в целом уместнее говорить лишь о тенденциях, проявившихся в процессе становления политического консалтинга. Можно с уверенностью говорить о том, что европейский опыт показал следующее: во-первых, партии могут выступать в качестве клиентов политических консультантов наряду с отдельными кандидатами; во-вторых, институциональные и культурные ограничения различного характера, существующие в разных странах, не являются непреодолимым препятствием для процесса перехода к профессиональному управлению политической (прежде всего электоральной) коммуникацией, что составляет глубинный смысл политического консультирования.

Третья позиция отводит главную роль социальным и технологическим изменениям современных обществ, которые закончились ослаблением партий, упадком идеологий и появлением мощной роли средств массовой информации, действующих на инновационной по характеру информационной платформе в форме Интернета. Интернет все более приобретает черты фундаментального по характеру канала коммуникации, с помощью которого можно осуществлять консалтинговую деятельность в сфере политики. Эти особенности модернизации современных государств особенно заметно проявились в США. Поскольку модернизация политического процесса в США опередила другие страны, экспорт американских изби-

рательных технологий естественен и неизбежен. При этом в ходе адаптации к национальным особенностям разных стран американские технологии постоянно очень серьезно трансформируются.

По понятным причинам политические консультанты особенно активно действуют за рубежом в тех странах, где им не приходится преодолевать серьезные языковые и культурные барьеры. По мнению экс-президента Международной ассоциации политических консультантов, типичная американская реклама или антиреклама будут отвергнуты в других странах. Например, реклама, бесцеремонно вторгающаяся в личную жизнь кандидата, – что может иметь успех в Соединенных Штатах – оказывается малоэффективной в странах наподобие Франции, где частные стороны жизни не влияют на развитие политического процесса. Для преодоления культурных барьеров политические консультанты, работающие на глобальном рынке, предпочитают действовать в тесной связи с местными коллегами либо оставляют окончательные решения за клиентами.

Участие зарубежных политических консультантов довольно часто дает повод для заявлений об иностранном вмешательстве во внутренние дела страны. В большинстве своем обвинения такого рода явно противоречат объективности. Как правило, политические консультанты действуют независимо от собственного правительства и имеют исключительно финансовую мотивацию. Не редки ситуации, когда сразу несколько конкурентов обращаются за помощью к различным зарубежным консультантам. Сами политические консультанты не отождествляют свои интересы с интересами правительства. Скорее, можно говорить о факторе идеологической близости политических консультантов и некоторых политиков. Так уже несколько десятилетий лучшие американские и английские консультанты, симпатизирующие левым, охотно помогают американским демократам и британским либералам, в то время как другая «смешанная» команда из американских и английских экспертов с правыми взглядами систематически работает с республиканцами в США и британскими консерваторами. Постепенно общественность разных стран привлекает к участию зарубежных политических консультантов в избирательных кампаниях и не видит в этом ничего непатриотичного. Если речь не идет о материальной зависимости политического лидера от иностранцев, современные избиратели, как правило, не проявляют склонностей к негативной реакции на привлечение зарубежных политических консультантов, и они становятся достоянием общественности.

В условиях глобализации фирмы, профессионально занимающиеся консалтингом в области политики, подошли к необходимости стабильного развития своего бизнеса для успешной конкуренции с аналогичными структурами и получения относительно длительных по времени и высокооплачиваемых заказов. Для этого им необходимо снижать риски ведения дел, планировать и получать достаточно высокие прибыли, привлекать стратегических партнеров, способных оплачивать консалтинговые услуги не периодически, а постоянно и т.д. Решение этих задач предполагает повышение

эффективности воздействия на избирателей и различные элитные группы применяемых политических технологий, поскольку более успешные фирмы имеют и больше шансов как на получение выгодных заказов, так и на выполнение прогнозирования объема рынка и собственной деятельности на ближайшую и среднесрочную перспективу.

Т. Ф. Иванова

ВОСТОЧНАЯ ГЕРМАНИЯ: 30 ЛЕТ ПОСЛЕ ПАДЕНИЯ БЕРЛИНСКОЙ СТЕНЫ

Обозначение «падение стены» первоначально относилось к открытию 9 ноября 1989 г. пограничных переходов между Берлином – столицей Германской Демократической Республики (ГДР) и Западным Берлином. Это решение было принято накануне этого дня на вечерней пресс-конференции первого секретаря берлинского горкома и члена политбюро Социалистической единой партии Германии (СЕПГ) Г. Шабовского и впоследствии стало непосредственной отправной точкой процесса объединения Восточной и Западной Германии.

Спустя тридцать лет после падения Берлинской стены исследователи проводят определенный анализ итогов объединения Германии на внешне-, внутривнутриполитическом уровне, а также в экономической сфере. Большое внимание уделяется при этом результатам развития именно Восточной Германии, так называемых новых федеральных земель (НФЗ), то есть территории бывшей ГДР, просуществовавшей с 1949 по 1990 год. По единодушному мнению как зарубежных, так и отечественных экспертов-политологов и экономистов, в ноябре 1989 г. отсутствовали какие-либо конкретные стратегические концепции объединения, которые предусматривали бы целесообразные и последовательные этапы вхождения восточногерманской экономики в западногерманское хозяйственно-политическое пространство.

В ФРГ 28 ноября 1989 г. канцлер Г. Коль представил депутатам бундестага 10 тезисов, которые рассматривались как общая концептуальная основа для объединения двух германских государств в хозяйственно-политической сфере. В конце января 1990 г. в Федеральном министерстве финансов был срочно разработан проект Экономического, Валютного и Социального союза (ЭВС) ФРГ и ГДР. Во время визита в Москву канцлера ФРГ Г. Коля и министра иностранных дел Г.-Д. Геншера (10 февраля) президент СССР М. С. Горбачев фактически дал «зеленый свет» процессу германского единения по сценарию канцлера Г. Коля. Тем самым зимой 1990 г. вся инициатива в хозяйственно-политической части объединения двух государств была передана Западной Германии, а руководство ГДР было фактически отстранено от этого процесса. В мае 1990 г. был подписан соответствующий договор с новым правительством ГДР, и 1 июля он вступил в силу.