

Політичні виміри свободи людини

УДК 32-057.54:324

ПОЛІТИЧНИЙ КОСУЛЬТАНТ: СУТНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ ТА СПЕЦИФІКА ОСОБИСТІСНИХ ЯКОСТЕЙ

Зоряна Свирід

Львівський національний університет імені Івана Франка
вул. Університетська, 1, Львів 79000, Україна,
e-mail: k_politik@franko.lviv.ua

Проаналізовано підходи зарубіжних і вітчизняних дослідників щодо розуміння поняття “політичний консультант”. Розглянуто особливості співвідношення понять “політичний консультант”, “радник”, “політтехнолог”, “іміджмейкер”. Розкрито особистісні якості політичних консультантів на основі українського та закордонного досвіду. Окреслено особливості якостей політичного консультанта, діяльність якого пов’язана з виборчою кампанією. Відмічено переваги діяльності політичного консультанта у виборчій кампанії. Розглянуто критерії професіоналізму політичних консультантів у світовій практиці. Окреслено основні напрямки у дослідженні професійних якостей політичного консультанта та його діяльності в Україні.

Ключові слова: політичний консультант, клієнт, особисті якості, виборча кампанія, політичний консалтинг.

Актуальність. Політичне консультування є одним із головних елементів сучасного політичного процесу, адже воно впливає на формування й діяльність органів державної влади, а також ухвалення тактичних і стратегічних політичних рішень. У країнах із розвинутими демократичними традиціями діяльність політичних консультантів досить поширена й привертає увагу дослідників. У сучасній українській політологічній літературі сформувалося дещо спрощене уявлення про особистість політичного консультанта – його ототожнюють зокрема з політтехнологом, політичним аналітиком, іміджмейкером. Оскільки українські дослідники не окреслили чітко поняття “політичний консультант”, це ускладнює можливість визначити необхідні для фахівця в цій сфері якості. У США та країнах Європи політичний консалтинг розглядають як професійну діяльність фірм, що провадять виборчі кампанії та допомагають створювати імідж, а також фірм, які піарять політичних діячів, політичні партії та організації. Політичними консультантами є фахівці з відповідною освітою й необхідною базою знань для діяльності на професійному рівні.

Мета статті – розкрити особистісні якості політичного консультанта, які визначають його компетентність та професіоналізм у відносинах із клієнтом (політичним лідером, партією). У західному політологічному середовищі відносна значно збільшилася кількість публікацій на цю тему. Особливу увагу дослідженню діяльності політичних консультантів надають американські науковці С. Келі, Д. Німо, Л. Сабато, Ф. Лунц, С. Медвік, Дж. Неаполітан, Д. Даліо, Д. Маґлебі, Т. Патерсон, Дж. Торбер, Н. О’Шогнесі, П. Манчіні, Д. Моріс. Вагомі теоретичні й практичні розробки в цій галузі пропонують російські вчені: В. Гончаров, О. Матвейчев, Д. Ольшанський, А. Ситніков, Е. Морозова, Г. Пушкарьова, С. Пшизова, Ф. Шарков, А. Пронін, О. Берьозкіна, Г. Марченко, К. Єгорова-Гантман, І. Мінтусов. Серед українських дослідників наразі важко виокремити коло тих, хто безпосередньо вивчає політичний консалтинг. Проте є ті, які розглядають окремі аспекти політичного консультування в рамках політичної аналітики: В. Богданова, С. Телешун, А. Баронін, а також В. Ребкало, О. Валевський та Ю. Кальниш.

Зважаючи на національні особливості, у різних країнах термін “політичний консультант” може набувати іншого забарвлення. У *Франції* говорять про “політичних маркетологів”, у *Великобританії* – про “медіа-маніпуляторів”, в *Ірландії* – просто про маніпуляторів, у *Росії* та *Україні* усталеним є термін “політтехнологі” та “політичні аналітики”. Отже, у теоретичному аспекті поняття “*політичний консультант*” досить розмите.

Американський дослідник Л. Сабато у праці “Поява політичних консультантів: нові способи боротьби на виборах” зазначає, що політичний консультант – професіонал виборчої кампанії, який виконує насамперед функції радника й постачальника послуг (таких, як опитування, медіа-креатив) кандидатам, їхнім командам та іншим політичним структурам [21, с. 156]. У широкому значенні слова термін “політичний консультант” застосовують щодо всіх платних працівників штабу або окремих фахівців кандидата. Але частіше його вживають на позначення невеликої елітної групи професіоналів загальнонаціонального чи міжнародного рівня, які працюють на кандидатів різних політичних орієнтацій і мають у своїй кар’єрі сотні успішних виборчих кампаній. Д. Німо вважає, що політичні консультанти – ті, хто забезпечує підготовку й проведення кампаній завдяки своїм організаційним здібностям, консультаціям, таланту, інтелекту, знанню нових політичних технологій [8]. Ще один американський дослідник С. Медвік більш докладно характеризує професійного політичного консультанта: “особа, якій платять (або фірма, якій платять) за надання послуг для однієї кампанії національного рівня (президентської) або більш ніж однієї не-президентської кампанії на рівні нижчого за національний (не важливо, ідеться про просування кандидата чи ідеї) впродовж одного електорального циклу. Ця особа має реалізувати таку діяльність протягом, як мінімум, двох електоральних циклів поспіль. До когорти професійних політичних консультантів не входять фахівці, які отримують винагороду тільки від однієї партії або групи інтересів” [20, с. 152].

Визначення, що їх запропонували американські дослідники, підтверджують: політичному консультантові насамперед необхідні належні особистісні якості й здібності, які розкривають його компетентність у сфері політичного консалтин-

гу. Також важливими критеріями є підприємницькі здібності та різноплановий досвід, здобутий завдяки співпраці з багатьма клієнтами.

На пострадянському просторі вчені мають різноманітні погляди щодо розуміння особистості політичного консультанта, а також його діяльності. Адже розвиток політичного консультування в країнах Центрально-Східної Європи розпочався значно пізніше й відбувається повільніше порівняно із західним досвідом і припадає на 90-ті роки ХХ ст.

На думку українського дослідника М. Головатого, політичний консультант у реальній політиці фактично постає в ролі партнера того, кого він консулює [2, с. 186]. В. Горбатенко дає таке визначення політичного консультанта: компетентна й авторитетна особа, яка репрезентує інформаційний продукт політичного аналізу замовникові або адресатові, якого назвав клієнт [5, с. 443].

Аналогічного погляду дотримується російський політолог Д. Ольшанський, який наголошує, що політичний консультант виконує не допоміжну функцію у відносинах із клієнтом, а є самостійним функціонером у неопублічній тіньовій сфері політики [15, с. 530]. Беручи до уваги психологічний аспект, О. Єгорова-Гантман наголошує: політичний консультант – насамперед психолог, який аналізує ситуацію, що в ній перебуває клієнт, надає рекомендації, як вирішити його проблеми, допомагає реалізувати стратегію [6, с. 2]. Дещо іншу думку висловлює В. Гончаров. Погоджуючись із американськими дослідниками, він зазначає, що політичні консультанти – фахівці, які здебільшого технологічно забезпечують виборчі кампанії. Учений зазначає, що політичний консалтинг – сфера оплачуваних послуг, яка вимагає від її суб'єктів професійних якостей, що спрямовані на конкретний результат [3, с. 41–42]. Російський дослідник О. Матвейчев вважає, що політичний консультант є таким самим суб'єктом політики, як депутат, губернатор, мер, міністр, чиновник, політолог, соціолог чи журналіст. Політичний консультант – не теоретик політичної реклами, не політолог у стереотипному розумінні цього поняття, а практик, поле діяльності якого – значно ширше [12, с. 8].

Отже, українські та російські вчені розглядають поняття “політичний консультант” у контексті відносин із клієнтом, акцентуючи увагу на міжособистісній взаємодії, компетентності й авторитетності замовників, що передбачає досягнення конкретного результату й означає комерційний характер їхньої діяльності.

На нашу думку, поняття “консультант” потрібно відмежувати від поняття “радник” (досить часто між ними проводять не завжди виправдану аналогію). О. Матвейчев роз'яснює цю суперечність із погляду юриспруденції, на прикладі аналогії між радниками й “корпоративними” юристами та політичними консультантами і “вільними” юристами. Політичні консультанти, на відміну від радників, можуть працювати самостійно або в складі відповідної фірми, тобто консультант не є безпосередньо підпорядкованим клієнту. Відносини між ними та політиками вибудовуються за принципом “клієнт – виконавець”, а не за принципом “начальник – підлеглий” [12, с. 8–9]. Така взаємодія передбачає не відносини підпорядкування, а рівноправну співпрацю. Діяльність радників відбувається у владних структурах і передбачає низку “службових обов'язків”, а політичний консультант має щодо клієнта не “обов'язки”, а “зобов'язання”.

Вважаємо, що очевидним є також розмежування понять “політичний консультант”, “політтехнолог”, “іміджмейкер”. Політичний технолог втілює на практиці розроблені схеми та прийоми політичної діяльності. Відмінність політконсультанта від політтехолога в тому, що консультант показує клієнтові альтернативні розв’язання тієї чи іншої проблеми, попереджує про можливі плюси й мінуси кожного варіанта, але остаточне рішення залежить від замовника (натомість політтехнолог ухвалює рішення замість клієнта). Відповідно, політичний консультант змушує клієнта думати, аналізувати, а політтехнолог самостійно розв’язує завдання за допомогою відпрацьованих технологій і методів. Іміджмейкер – фахівець управління іміджем та репутацією свого клієнта. Відмінність політичного консультанта й іміджмейкера – насамперед у вузькій спеціалізації іміджмейкера, адже завдання політичного консультанта не обмежено суто побудовою політичного іміджу.

Професійному політконсультантові потрібні вміння та навички для ефективною взаємодії з клієнтом (політичним лідером, партією, організацією). Щоб реалізовувати на практиці свою діяльність, політичний консультант має відповідати особистісним якостям та рисам, які засвідчуватимуть його компетентність у відносинах із клієнтом на професійному рівні.

Особистісні якості зазвичай розглядають у межах психологічного підходу. Г. Олпорт у своїй праці “Становлення особистості” окреслює поняття особистість “як динамічну організацію тих психофізичних систем усередині індивідуума, які визначають характерну для нього поведінку та мислення” [16]. На його думку, особистісні якості – здатність людини поводитися відповідним чином у широкому діапазоні ситуацій.

З погляду управлінського консультування, вважає Б. Теплов, становлення консультанта пов’язано з його людськими якостями [19]. Учений визначає особистісні якості як індивідуально-психологічні особливості, які є умовою успішності тієї чи іншої продуктивної діяльності і які не полягають суто в знаннях, уміннях та навичках. На думку А. Пригожина, у діяльності консультанта важливими є такі універсальні особистісні якості, необхідні за будь-яких обставин: відповідальність, активність, моральні норми [19]. Водночас обов’язковими є комунікабельність, здатність до лідерства, переконання, терпимість у відносинах із клієнтом. З досвідом ці якості трансформуються у вміння і дають змогу встановити довіру до своєї особистості.

Д. Ольшанський виокремлює *основні якості політичного консультанта* [15, с. 534]:

- 1) **адаптивні** (швидке сприйняття інформації, навчання);
- 2) **комунікативні** (здатність до активного й ефективного спілкування);
- 3) **креативні** (прагнення прогресувати, рухатися вперед і вдосконалюватися);
- 4) **уміння формулювати** (досконале вміння писати, говорити, обґрунтовувати ідеї та положення).

Наголошуючи на організаційному й фінансовому аспектах, В. Гончаров зазначає, що ідеальний тип політичного консультанта охоплює такі характеристики [4, с. 123]:

1 – компетенцію в спеціальній галузі політики (як правило, електоральної комунікації), що перевищує заданий рівень знань клієнта в цій сфері;

2 – тимчасовість співпраці з клієнтом, і співпраця в процесі професійної кар'єри зі значною кількістю різноманітних клієнтів;

3 – основний стимул професійної діяльності – матеріальна (фінансова) зацікавленість.

Аналіз зарубіжної та української наукової літератури засвідчує, що особистісні риси політичного консультанта найяскравіше виявляються у виборчій кампанії. О. Єгорова-Гантман називає такі, на її думку, основні риси політичного консультанта, діяльність якого пов'язана з виборами [6, с. 123]:

1. Відповідальність.

Відповідальність є однією з головних рис будь-якої професійної діяльності. Політичний консультант, який працює з клієнтом у період виборчої кампанії, цілковито відповідає за розробку її стратегії і тактики, побудову позитивного іміджу замовника. Взаємодіючи з кандидатом під час виборчої кампанії, важливо усвідомлювати, що результат консультування може вплинути на життя багатьох осіб.

2. Збереження таємниці.

Співпрацюючи з кандидатом у виборчій кампанії, політичний консультант досить часто обізнаний із внутрішньою секретною інформацією про різноманітні факти або події з життя клієнта, що їх суперники можуть використати для негативної реклами. У такому разі нездатність політичного консультанта тримати інформацію в таємниці змусить клієнта відмовитися від його послуг, незважаючи на компетентність і професіоналізм.

3. Сміливість.

Уміння захищати свою позицію – це вміння захищати інтереси свого клієнта. У процесі кампанії консультант стикається і безпосередньо з кандидатом, і з різними чиновниками, депутатами, політиками, які можуть прямо на нього впливати. До прикладу, в кризовий період, коли ухвалення рішення потребує швидкої реакції, консультант має аргументовано й лаконічно обґрунтувати клієнтові власну позицію, яка через короткий термін сприятиме розв'язанню тієї чи іншої проблеми.

4. Знання.

Політичний консультант має постійно здобувати нові знання, бо опанування нових методів, технологій, практичних навичок сприятиме підвищенню його компетенції та здатності маневрувати своїми здібностями задля ефективної реалізації стратегічних і тактичних заходів у виборчій кампанії. Тому політичний консультант повинен постійно вчитися нового й удосконалювати набуті в процесі професійної діяльності знання для співпраці з клієнтом. Структуру бази знань професійного політичного консультанта становлять [6, с. 2–3]:

- загальні політологічні знання;
- знання конкретних дисциплін, пов'язаних із політичною діяльністю;
- знання, методи та навички в процесі ухвалення політичних рішень;
- мистецтво PR та знання в цій галузі;

– вища освіта в одній із галузей науки, пов'язаної з політичним консультуванням [6, с. 2–3].

Італійський дослідник Паоло Манчіні в праці *“Нові напрями в політичному професіоналізмі”*, розглядаючи феномен політичного консалтингу крізь призму понять професійної політичної діяльності, характеризує політичних консультантів як таких, що належать до центральних суб'єктів сучасного політичного процесу [4, с. 130].

5. Цілеспрямованість.

Якщо для політика перемога на виборах – вагомий особистісний здобуток, то для політичного консультанта досягнення мети є результатом їх спільної діяльності. Тобто мету й завдання виборчої кампанії політичний консультант реалізовує за безпосередньої участі та діяльності клієнта, активно з ним взаємодіючи.

6. Уміння сприймати політику як “виставу”.

Такий підхід дає змогу політичному консультантові безпристрасно й ініціативно оцінювати роль свого клієнта у виборчій кампанії. Адже реальність політики – реальність віртуальна, вигадана. Будь-яка політична кампанія – формування відповідного уявного світу й надання йому правдивих рис [7]. Спрощене зображення політичної ситуації, у якій перебуває кандидат, дає консультантові поле для маневру, для застосування свого творчого потенціалу. Уявімо, що виборча кампанія – своєрідна “вистава”, стратегія кампанії – її “сценарій”, тактика – окремі “дії”, а кандидат і його суперники – головні “актори”. Політичний консультант постає в ролі “режисера” цієї вистави, який використовує “матеріальні” та “технічні”, “людські” ресурси й передбачає перебіг подій і визначає поведінку акторів.

7. Орієнтація на завдання.

Основні свої зусилля політичний консультант має скерувати на розв'язання проблем або пошук шляхів їх розв'язання, прогнозування наслідків, оцінювання наявних і необхідних ресурсів. Клієнт, співпрацюючи з політичним консультантом, разом із ним обговорює сформульовані завдання й делегує йому повноваження їх реалізації в процесі кампанії, що є головною умовою успішності реалізації будь-якої діяльності.

8. Комунікативність.

Виборча кампанія передбачає активне спілкування з людьми, встановлення контактів, що спрямовано на досягнення ефективної взаємодії. Професійна політконсалтингова фірма – розгалужена система комунікацій, яку пропонують кандидатам і на основі якої реалізують його мету та завдання [6, с. 4]. Тому політичний консультант має ознайомитися з усіма видами й жанрами комунікації, щоб знайти спільну мову з будь-яким клієнтом.

9. Правильна артикуляція думок.

Спілкування клієнта з політичним консультантом передбачає обмін інформацією, який неможливий без грамотності й доступності повідомлень консультанта. У виборчій кампанії правильна артикуляція думок політичного консультанта особливо важлива, адже його мова має бути зрозумілою і клієнтові, й будь-кому іншому, що дасть змогу без вагань звертатися до нього з власними думками чи пропозиціями.

Отже, О. Єгорова-Гантман розглядає ті якості політичного консультанта, що здебільшого орієнтовані на встановлення оптимальної взаємодії між політичним консультантом і клієнтом у період виборчої кампанії. Активність, комунікативність, цілеспрямованість та організованість консультанта відіграють ключову роль.

Узагальнивши вищезазначені підходи, доходимо висновку, що політичний консультант має значно ширше поле для своєї діяльності у виборчій кампанії, бо в цей період він здатний максимально взаємодіяти з клієнтом, використовуючи оптимальну кількість ресурсів, та ухвалювати рішення, реалізуючи свій творчий потенціал і беручи на себе відповідальність за її проведення. Спробуємо окреслити переваги політичного консультанта, діяльність якого пов'язана з виборчою кампанією.

По-перше, виборча кампанія – насамперед інтерактивний, цілеспрямований та комунікативний процес, що постійно потребує креативності, ризикованості, новаторства в процесі ухвалення рішень. Політичний консультант, який бере в ній участь, є активнішим порівняно зі звичайним консультуванням клієнта з проблем, даючи усні або письмові рекомендації, поради. Його активність виявляється в цілеспрямованості дій, через виконання функцій (формування стратегії і тактики, забезпечення методів та засобів їх реалізації), які делегував клієнт.

По-друге, політичний консультант у виборчій кампанії відповідальніший за результат своєї діяльності перед клієнтом. Від компетентності консультанта залежить вдалий імідж чи репутація клієнта, до певної міри, його політична поведінка (висловлювання в ЗМІ, публічні дії, виступи), що забезпечує перемогу на виборах. Політичний консультант відповідає за побудову стратегії і тактики у виборчій кампанії, стежить за дотриманням плану дій та рекомендацій, узгодженим із клієнтом упродовж окресленого періоду їх співпраці.

По-третє, діяльність політичного консультанта у виборчій кампанії є маніпулятивною. Клієнт, делегуючи функції створення політичного іміджу та стратегії дій, свідомо дозволяє фахівцям змінювати в очах потенційних виборців свою поведінку або навіть власну біографію. Ефективність та успішність такого маніпулювання залежатиме від чесності й професіоналізму політичного консультанта у відносинах із клієнтом.

По-четверте, професійний консультант у період виборчої кампанії має цілковито зануритися в її процес, в іншому разі кінцевий результат не відповідатиме очікуванням клієнта. Тобто консультантові треба оптимально задіяти весь свій ресурсний потенціал для досягнення цілей та завдань клієнта в окреслений період.

По-п'яте, у виборчій кампанії суттєво змінюється статус політичного консультанта. Тепер він – ключова фігура, фахівець, який виконує функції контролю й управління, ухвалює рішення і визначає умови проведення кампанії. У США більшість відомих виборчих кампаній асоціюють з іменами видатних політичних консультантів Дж. Неаполітана, Д. Гарта, Д. Моріса. В Україні інша ситуація – політики приховують співпрацю з політичними консультантами, щоб видаватися в очах народу дієздатними, спроможними здолати будь-які проблеми без допомоги кваліфікованих фахівців. Хоча на практиці з

2002 р. є тенденція, коли політики запрошують політологів, юристів, експертів із суспільно-політичних питань. Деякі дослідники вважають, що політичні консультанти втручалися у виборчу кампанію ще 2004 року, коли в країні поляризували суспільство, нагнітали відчуття страху, невизначеності, через дуже сильне протистояння та штучний розподіл людей на поганих і добрих, лівих та правих, своїх і чужих [1, с. 730]. Щоправда, у цей період В. Ющенко співпрацював з американською компанією “Aristotle International”, яка 21–23 січня 2005 року на щорічній конференції Американської асоціації політичних консультантів у Вашингтоні отримала спеціальну нагороду в номінації “Найкраща передвиборча команда року” за перемогу в “оранжевій революції” і внесок у розвиток передвиборчих технологій і комунікації [11, с. 147].

По-шосте, політичний консультант у виборчій кампанії якомога ширше розкриває свій особистий потенціал. На кожному етапі взаємодії з клієнтом він демонструє здатність швидко мислити, що найчастіше виявляється у кризових ситуаціях, де необхідно впродовж мінімального часу знайти оптимальний варіант розв’язання проблеми. Політичний консультант, який має досвід виборчих кампаній, не може зупинитися на досягнутому. Адже співпраця з різними клієнтами потребує інших підходів, ініціативних рішень, нетрадиційних поглядів, особливо коли йдеться про участь у виборчих кампаніях за кордоном.

По-сьоме, у виборчій кампанії важливо дотримуватися етичних норм професійних політичних консультантів. Щоправда, цей пункт зумовлює розбіжності та дискусії. На конгресах Американської асоціації політичних консультантів від часу її створення 1968 року традиційно в рамках окремої секції обговорюють етичні проблеми політичного консалтингу [22]. Зокрема досі сперечаються, чи може консультант допомагати на виборах кандидатів, за якого сам не голосував би. З цього приводу американські науковці у 1997, 1999 і 2002 рр. організували низку досліджень [9, с. 73].

У листопаді 1997 – березні 1998 року американські вчені Д. Маг’лебі і К. Патерсон взяли ґрунтовне інтерв’ю в 28 політичних консультантів, які останніми роками активно провадили ініціативні кампанії. На запитання “Які внутрішні переконання втягують людину в політичний консалтинг?” більшість респондентів відповіла, що беруть участь у кампаніях через змагальницький азарт, а такі стимули, як “політичні переконання” і “гроші”, обрали 26% опитуваних. Ці результати викликали певні сумніви, тому 1999 року організували повторне опитування з двома уточнювальними запитаннями: “Як ви охарактеризували б свій головний мотив стати професійним політичним консультантом у той час, коли вперше долучилися до політичної кампанії на професійній та оплачуваній основі?”, “Яким є сьогодні основний мотив бути політичним консультантом?”. 52% респондентів заявили, що головним мотивом на початку їх діяльності були особисті політичні погляди, а на момент опитування так вважали 42%; азарт змагань – відповідно 18 і 16%; гроші – 11 і 24%; допомога своїй партії – 7–8%; політична влада і вплив – 4% [9, с. 72].

Отже, ідеологія для політичних консультантів і далі є значущим фактором, хоча її вагомість за період між двома опитуваннями знизилася. Щодо грошового стимулу, то він суттєво підвищився, але Дж. Неаполітан зазначає, що політичний

консультант має бути професіоналом, а не шукати вигоди в співпраці з клієнтом [4, с. 124].

Цікаву думку з приводу діяльності політичних консультантів висловив Д. Розенблум, який провів перше емпіричне дослідження, що охопило 50 консалтингових фірм і базується на опитуваннях політичних консультантів [17, с. 57]. У процесі дослідження виявили, що перемога на виборах є практично абсолютною цінністю професіоналів у сфері політичного консалтингу.

У світовій практиці визначено 5 критеріїв професіоналізму політичних консультантів

[13, с. 38–39]:

- **спирання на загально визнані теоретико-методологічні підходи в організації кампаній;**
- **компетентність, яку визнали користувачі послуг консультантів;**
- **компетентність, визнана професійною спільнотою, яка має право застосовувати санкції проти порушників усталених правил консультування;**
- **належність до професійної асоціації, що забезпечує підготовку і підвищення кваліфікації своїх членів;**
- **дотримання професійної етики.**

Особисті якості політичних консультантів на практиці не завжди збігаються зі згаданими вище характеристиками. Скажімо, більш наблизений до “ідеалу” політичний консультант у США. Американці цінують у своїх фахівцях “ділову хватку”, бо правильно організована кампанія – військова операція, де необхідним є централізоване й авторитарне керівництво, яке забезпечує сильний менеджер-консультант.

Тому в США професії політичного консультанта надають найбільшої уваги, цілеспрямовано готують відповідних фахівців в університетах. Серед найвідоміших центрів професійної освіти політичних консультантів виокремимо *Школу політичного менеджменту Університету Джорджа Вашингтона* (The Graduate School of Political Management, The George Washington University) й *Програму вивчення політичних кампаній Університету штату Флорида* (Political Campaigning, University of Florida) [4, с. 124].

Європейське бачення ідеальних рис політичного консультанта дещо відрізняється, тому що для європейців політика – радше мистецтво, а не наука. Для них неодмінними якостями політичного консультанта є [14, с. 46]:

- 1) політична зрілість;
- 2) диплом про вищу політологічну чи іншу гуманітарну освіту з прикладною спеціалізацією;
- 3) хороший літературний стиль і здібності редактора;
- 4) грамотне усне мовлення й талант полеміста;
- 5) уміння легко контактувати з людьми, “запалюватися” їхніми ідеями, не відступаючи від своїх;
- 6) твердий характер.

На пострадянському просторі дослідники тяжіють до європейської моделі політичного консультування і тих якостей політичного консультанта, які вона

пропонує. Наприклад, у Росії функціонує *факультет прикладної політології Московської вищої школи економіки*, на якому студенти навчаються за спеціальністю “політичне консультування” на *кафедрі політичного консалтингу та виборчих технологій*, що її заснував А. Ситников [23].

Українські дослідники С. Телешун та В. Ребкало розглядають політичне консультування в рамках політичної аналітики та державного управління [18], тому професійні якості політичного консультанта та його діяльності здебільшого чітко не окреслено. Однак зацікавленість у їх визначенні існує. В Україні активно формується наукове середовище, яке професійно вивчає політичне консультування, з’являються спеціалізовані дослідницькі інститути, що розробляють наукову та методологічну базу стратегії державної політики [1, с. 728].

Навчальні курси з політичного консультування читають на кафедрі державної політики та управління політичними процесами та кафедрі політичної аналітики і прогнозування Національної академії державного управління при Президенті України, кафедрі політології Львівського національного університету імені Івана Франка, кафедрі політичних наук і філософії Львівського регіонального інституту державного управління.

Література

1. *Богданова В.* Теорія та практика політичного консультування в Україні в контексті розвитку демократичних інституцій // В кн.: Український соціум. К.: Знання України, 2005. С. 728–733.
2. *Головатий М.* Політичний менеджмент. К.: МАУП, 2005.
3. *Гончаров В.* Политический консалтинг в России: конец эпохи всемогущества // Полития, 1999. №2. С. 40–55.
4. *Гончаров В.* Современное политическое консультирование. Спб.: ИВЭСЭП, Знание, 2007.
5. *Горбатенко В.* Прикладна політологія. К.: ВЦ “Академія”, 2008.
6. *Егорова-Гантман Е., Минтусов И.* Как делать имидж политика. М.: Никколо-М, 1995.
7. *Кошелюк М.* Выборы. Магия игры. Технология победы. М.: Макцентр, 2000.
8. *Кузнецов А.* Консалтинг: зарубежный опыт и Россия. // <<http://www.ifpc.ru/index.php?cat=214>>.
9. *Марченко Г.* Социологический портрет политических консультантов в США // Социологические исследования, 2005. №5. С. 71–80.
10. *Марченко Г.* Политические консультанты в зеркале американской социологии // Социс, 2005. №5. С. 18–26.
11. *Марченко Г.* Политическое консультирование в контексте интернационализации // Космополис, 2005. №2 (12). С. 146–170.
12. *Матвейчев О.* Уши машут ослом. Сумма политтехнологий. М.: Эксмо, 2008.
13. *Морозова Е.* От кустарничества к профессионализму: из опыта зарубежного политического консультирования // Полития. 1999. №2. С. 20–39.
14. *Морозова Е.* Политическое консультирование и избирательный процесс. М.: РЦОИТ, 2001.
15. *Ольшанский Д., Пеньков В.* Политический консалтинг. Спб.: Питер, 2005.

16. Олпорт Г. Становление личности: Избранные труды. М.: Смысл, 2002. // <www.e-reading.org.ua/bookreader.php/.../Stanovlenie_lichnosti.html>.
17. Пшизова С. Политические консультанты в системе власти: отечественный и зарубежный опыт / Управленческое консультирование, 2009. №3. С. 55–74.
18. Телешун С., Баронін А. Політична аналітика, прогнозування та політичні консультації. К.: Б.в., 2001.
19. Улесов А. Личностные качества и профессиональные навыки консультанта, 2003 г. // <http://treko.ru/show_article_353>.
20. Medvic S. The Effectiveness of the Political Consultant as a Campaign Resource // PS: Political Science and Politics, 1998. Vol. 31. № 2. P. 150–154.
21. Sabato L. The rise of political consultants: New Ways of Winning Elections. New York: Basic Books, 1981. P. 165–166.
22. American Association of Political Consultants // <<http://www.theaapc.org>>.
23. Кафедра политического консалтинга и избирательных технологий факультета прикладной политологии Государственного университета – Высшей школы экономики (ГУ-ВШЭ) // <<http://www.sitnikov.com/sitnikov/education/cafedra/>>.

A POLITICAL CONSULTANT: THE ESSENCE OF ACTIVITY AND SPECIFICS OF PERSONAL QUALITIES

Zoriana Svyryd

Ivan Franko National University of Lviv,
Universytetska Str., 1, Lviv 79000, Ukraine,
e-mail: k_politik@franko.lviv.ua

Different approaches of home and foreign researchers to understanding of a notion of a “political consultant” are analysed. The peculiarities of correlations among the concepts of “political consultant”, “advisor”, “spin doctor”, “image-maker” are considered. Personal qualities of the political consultants based on the national and foreign experience are discovered. The peculiarities of qualities of the political consultant, engaged in an election campaign, are determined. The advantages of the political consultant in the election campaign are noted. Criteria of a professionalism of the political consultants in the world practice are examined. The basic directions in the study of the political consultant and one’s activity in Ukraine are depicted.

Key words: political consultant, client, personal qualities, election campaign, political consulting.

Стаття надійшла до редколегії 22.05.2012

Прийнята до друку 26.06.2012