

альному». В какой части шкалы Вы поместили бы себя?

плохой («никакой») хороший («идеальный»)

работник _____
_____ работник

31. С какого года Вы работаете на данном предприятии? _____

Какую должность Вы занимаете? _____

32. Укажите, пожалуйста, (подчеркните) Ваши:

а) пол: - мужской - женский

б) возраст: до 25; 26-30; 31-35; 36-40; 41-45; 46-50; 51-55; свыше 55 лет

в) образование: среднее; среднее специальное; высшее; есть ученая степень

E. Filinkova
SOME SOCIO-PSYCHOLOGICAL CHARACTERISTICS OF MODERN WORKERS

Abstract. By a self-estimation independence, self-discipline, competence, creativeness, responsibility and an orientation of interests in activity at workers of offices are studied. The original program of interrogation has been developed. It has allowed to establish the existence of sexual differences in investigated psychological characteristics and differences in level of self-discipline, competence and independence of age groups of workers till 30 years and after 31 years.

Key words: Psychology of workers, a self-estimation of socio-psychological characteristics, an orientation of interests in activity, independence, self-discipline, competence, creativeness, responsibility.

УДК 159.9:316.35

Ситников А.П.

ФУНКЦИИ И НАПРАВЛЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ «ФАБРИК МЫСЛИ» В ПОЛИТИЧЕСКОЙ ЖИЗНИ СТРАН*

Аннотация. Социально-экономическое и политическое развитие страны невозможно без глубокой интеллектуальной работы, которая направлена на выявление серьезных проблем в обществе и прогнозов его развития. В современном мире эффективными институтами стратегического интеллектуального обеспечения стали так называемые фабрики мысли. Активно реализуемые социальные проекты невозможны без создания в России таких органов интеллектуальной социальной, экономической и политической активности.

Ключевые слова: социальные проекты, фабрики мысли, мозговые центры, социально-экономическое развитие, политический процесс.

В деятельности «фабрики мысли» следует выделять три основные функции:

- функция политического анализа,
- функция политической коммуникации,
- функция воплощения политики (продвижения и принятия решений, оценки произведенного действия в содержании вы-

работки новых шагов и разработки нового политического курса).

Имеет смысл подробно остановиться на каждой из выделенных функций.

В статье «Фабрики мысли: взгляд изнутри» В.Н. Данн [4] излагает следующие методы политического анализа и политического действия. Прежде всего, он дает определение политического анализа (policy analysis) как познавательной деятельности, которая вложена в процесс формирования политики (policymaking). При использовании широкого массива методов политические аналитики осуществляют процесс формирования политики (policymaking), обеспечивая исследование пяти ключевых областей:

- природа стратегических политических проблем,
- результаты нынешнего и прошлого политических курсов,
- значение этих результатов для решения проблем,
- существующие или новые альтернативы политических стратегий и их вероятные результаты,
- альтернативы, которые должны фактически решить проблему.

* © Ситников А.П.

Задача проблемного структурирования является общепринятой в эффективно управляемых частных компаниях. Этот метод позволяет политическим аналитикам подвергать сомнению существующие предположения и, исходя из этого, входить в процесс формирования политики еще на этапе разработки повестки дня. Разрабатываемые подходы направляют движение от относительно неструктурированных методов, таких, как метод мозгового штурма или метод Дельфи, к более структурированной теории статистических решений. Эти методы помогают в обнаружении скрытых предположений, диагностировании причин, выборе целей, синтезе находящихся в противоречии перспектив и обнаружении новых политических возможностей.

Задача формирования прогнозов обеспечивает политически релевантное (*policy-relevant*) знание относительно будущих условий (будь они политическими, экономическими, социальными или технологическими), которые должны предположительно наступить после принятия одной из политических альтернатив. Прогнозы чаще всего применяются в процессе выработки политического курса. Это помогает исследовать вероятное, потенциальное и желательное состояние политической системы, оценить столкновение существующего и предложенного курса, опознать возможные будущие препятствия достижению целей, оценить политическую выполнимость предложенного политического курса. Методы прогнозирования находятся в пределах между подходами, базирующимися на эконометрии, и методах, стимулирующих творческий процесс (метод мозгового штурма, метод синектики, метод Дельфи). Типичный пример эконометрического прогноза состоит в том, например, что к 2005 году Medicare, самая большая правительственная программа страхования здоровья в Соединенных Штатах Америки, окажется неплатежеспособной.

Задача формирования рекомендаций обеспечивает выработку политически релевантного знания, являющегося непосредственно применимым к принятию решений. Многие методы выработки рекомендаций, включая анализ выгоды и затрат и метод оптимизации, были развиты и использовались в правительственных агентствах, в частности в Корпусе инженеров армии США. Это методы включают себя методы оценки риска и погрешности, идентификации внешних характеристик и внешних изменений, установления

критериев для осуществления выбора и определения административной ответственности за воплощение политических курсов.

Задача мониторинга обеспечивает политически релевантное знание результатов существующих политических курсов (направлений собственной политики), предлагая для лиц, принимающих политические решения, руководство, как лучше всего воплотить представленные и будущие политические курсы. Многие правительственные, неправительственные и некоммерческие организации контролируют результаты своей политики и своего влияния посредством различных социальных и экономических индикаторов. Методы мониторинга, разработанного в основном социологами и политическими исследователями, работающими в университетах и политических институтах, помогают оценить соответствие результатов законам и нормам, обнаружить непреднамеренные результаты политических курсов и программ, идентифицировать социальные группы или личностей, которые задерживают внедрение политического курса или обуславливают новые вехи политики.

Задача оценки обеспечивает информацию об уровне адекватного выполнения, которого достиг тот или иной политический курс, таким образом помогая лицам, принимающим политические решения, оценить качество их решений. Методы оценки, многие из которых были развиты в академической среде, поставляют информацию относительно диапазона, в котором проблемы должны быть разрешены. Они также способствуют разъяснению и критическому анализу ценностных ориентиров проводимой политики, регулированию или переформулировке политических курсов.

Анализируя функцию политической коммуникации, следует прежде всего отметить, что, невзирая на огромные достижения, работа «фабрик мысли» мала знакома широкой общественности, поскольку они прежде всего обращаются к политической элите. Тем не менее, их работа по улучшению публичной политики должна быть понятна для каждого гражданина. С одной стороны, поставляя аналитическую информацию политикам, «фабрики мысли» позволяют лидерам принимать обоснованные решения. С другой стороны, идеи «фабрики мысли» и их поддержка в целях повышения эффективности любого правления, которое непосредственно подотчетно гражданам, должны исходить из всех секторов общественной жизни, как частных,

так и публичных. Без этого политики будут полностью нести бремя разработки политики, всецело не учитывающей существующие условия и не удовлетворяющей потребности всех политических сил. Таким образом, сфера публичной политики оказывается сферой, где осуществляется процесс политической коммуникации.

«Фабрики мысли» не только интерпретируют потребности и желания политических групп, обеспечивающих выход к разработке рекомендаций политического характера, они также подготавливают к передаче различными путями их посланий в соответствии с социальными потребностями и интересами. Если использовать в коммуникативном политическом процессе тот же самый подход к рекомендациям, что и к другим результатам политического анализа, то маловероятно, что удастся охватить всю политически значимую аудиторию. В силу этого политический анализ является лишь началом, а не результатом политической коммуникации. Поэтому важным оказывается то обстоятельство, что «фабрики мысли» развивают как традиционные, так и альтернативные стратегии коммуникативной политики.

Представление политического курса или программы чаще всего происходит в аудитории, наиболее предрасположенной к тому, чтобы доверять методам и рекомендациям аналитиков. Однако презентация политических курсов и концепций часто делается с недостаточной методологической экспертизой, поверхностным знакомством с существом дела, в условиях нехватки времени при проведении публичных встреч и ограниченного доверия аудитории к «фабрике мысли» и аналитикам. В этом случае публичная коммуникация приспособляется к аудитории. Это достигается за счет признания иных информационных потребностей, ухода от избыточной вспомогательной информации, большей фокусировки на результатах, нежели на методах, заключения договора о представлении информации заслуживающим доверия лицом, демонстрации чувствительности к временным ограничениям, ухода от технического жаргона к общедоступной терминологии, использования визуальных средств, чтобы упростить понимание главных пунктов [4].

В последнее время многие «фабрики мысли» начали осваивать новое стратегическое направление своего развития, которое на самом деле вытекает из всей предыдущей линии развития. Особенно это стало замет-

ным в Канаде. Новое качество «фабрик мысли» рождается на основе синтеза технологии массовой коммуникации с технологией рационально-научного обсуждения публичной политики. Суть направления заключается в том, чтобы развить так называемый делиберативный процесс (от англ. *deliberate* - обдумывать, взвешивать, совещаться, обсуждать), то есть процесс массовых консультаций внутри страны по общественно значимым проблемам и привлечь к разработке публичной политики как можно большее количество заинтересованных лиц. Такое новшество в развитии «фабрик мысли» является результатом осознания ограниченности традиционных экспертных исследований для развития перспективных решений в условиях, когда значимость последствий принимаемых решений высока, а политическая элита не раз ошибалась в интерпретации общественного мнения.

В рамках такой новой стратегии «фабрики мысли» проводят круглые столы для высших должностных лиц, которые, соответственно, заканчиваются формированием сценариев развития под эгидой «фабрики мысли». При этом иницируют «проекты публичных диалогов» в партнерстве с различными организациями по всей стране для обсуждения публичной политики, работают совместно с общественными и профсоюзными организациями над исследовательским заказом, проводят опрос общественного мнения и развивают новые технологии, которые позволяют в системе конференции составлять рейтинг и значимость предпочтений, проводят муниципальные встречи граждан, в том числе по реформированию репрезентативных политических институтов и документов.

Таким образом, «фабрики мысли» опощают более дисциплинированное осмысление проблем элитой и широкими слоями населения, а сами осознают масштаб изменений. Этот новый подход, разумеется, не заменяет традиционных способов работы мозговых центров, таких, как проведение заказных исследований, организацию семинаров и конференций, выпуск газет и журналов. В то же время, «фабрики мысли» приходят к пониманию того, что хороший политический анализ является результатом интеллектуального совместного творчества, коллегиального принятия решения и социального взаимодействия.

Наличие функции воплощения политики означает, что «фабрики мысли» сами явились атрибутом такого нового явления, как публичная политика и осознанно стали

ее проводниками и главными действующими лицами.

Публичная политика всегда была, прежде всего, сферой взаимодействия трех факторов:

- организованных интересов,
- лидеров, стремящихся к реализации своих взглядов,
- публично выраженных настроений общественного мнения.

Основная масса новых идей в сфере публичной политики исходила от самих политиков и специальных политических групп. Политические группы, или группы интересов (*special interests groups*) и проблемно ангажированные группы (*single-issues groups*), были заняты продвижением своих интересов. Впоследствии законодатели стали чаще опираться на информацию, поставляемую академической средой и отраслевыми исследователями для принятия решений о насущных общественных проблемах. Время от времени новые идеи исходили и из стен учебных заведений. Существовали группы, которые производили внушительные документы, объемом в 300 страниц, но никто не знал, как в удобоваримой форме подать новаторские идеи политикам и широкой общественности.

Для реализации функции воплощения политики «фабрики мысли» используют целый ряд подходов – как прямых, так и косвенных – для улучшения политического процесса принятия решений.

Один из таких подходов реализуют организации, ориентированные на адвокатское действие. Эти «фабрики мысли» разрабатывают предложения и рекомендации или выдвигают критику существующей политики. И после того, как предложения были выдвинуты, они становятся принципиальным делом членов «фабрики мысли», которые продолжают их продвижение до тех пор, пока по ним не будет принято решение.

На другом конце спектра находятся просветительские организации. Для воплощения политики они используют такие средства, как конференции, рабочие встречи, книги и статьи, взаимодействие со средствами массовой информации. Эта деятельность нацелена не на специфические политические решения, но на научное руководство дебатами, а также формирование взглядов политических лидеров.

Сферы реализации функций «фабрик мысли» можно поделить на следующие категории [1].

- Адвокатское действие. Благодаря сво-

ей финансовой независимости, некоторые организации могут выдвигать политические рекомендации, не вступая в конфликт интересов, сопровождающий государственное финансирование.

– Внутрипартийные исследования. Крупные политические партии часто создают исследовательские институты для разработки своей политики. В некоторых странах партии могут прибегать для этой цели к услугам «фабрик мысли».

– Исследования и политическое планирование при правительстве. Всевозможные учреждения, выполняя функции «фабрик мысли», существуют при правительственных структурах, министерствах и агентствах. Некоторые из них имеют самостоятельное правление, но в конечном счете находятся под опекой политиков.

– Корпоративные консультанты. Исследования и аналитические функции «фабрик мысли» могут быть использованы в прибыльных предприятиях по части исследования рынков или проектных исследований, имеющих непосредственное отношение к бизнесу. Чаще всего, однако, подобного рода служба приносит мало пользы для политиков.

– Просвещение и образование. Эти группы производят прежде всего академические исследования. Их продукты используются для расширения академических дебатов и, соответственно, имеют небольшую пользу для политиков.

«Фабрики мысли» в действительности прибегают к «стратегической комбинации» всех этих функциональных областей, чтобы диверсифицировать свой портфель проектов. К тому же это позволяет им отстаивать свою независимость, особенно по актуальным вопросам политики. Таким образом, они избегают зависимости от одностороннего источника финансирования, но и обеспечивают свою финансовую стабильность [1].

Таким образом, анализ, коммуникация и процесс принятия решений являются функциями «фабрик мысли», которые реализуются в сфере публичной политики. Главной характеристикой этой сферы является ее публичный характер, причем не только в смысле освещения своих действий со стороны «фабрик мысли» перед лицом общественности (как это делают, например, государственные органы или коммерческие корпорации), но также и в смысле широкого привлечения к анализу, коммуникации и процессу принятия решений различных партий, групп интересов, политически активных граждан.

Именно благодаря «фабрикам мысли» сфера публичной политики смогла институционализироваться в качестве устойчивой и базовой площадки для выработки законодательных и исполнительных решений.

До появления «фабрик мысли» политика основывалась на персональной ответственности политических лидеров (даже если это были лидеры партий), которые так или иначе представляли интересы других групп и граждан. Но при этом отсутствовали организации и аналитические центры, которые показывали бы провалы существующих программ, ставили своей целью поиск и предложение новых политических возможностей (вариантов стратегий и вариантов текущих решений), составляли, производили и предлагали перспективные концепции, проекты и программы для открытого доступа, перерабатывали идеи и проекты в небольшой формат, приемлемый для политиков, обеспечивали их продвижение, вычленили из них и предлагали то, что должно быть лучшим для общества в целом.

Появление «фабрик мысли» было обусловлено, прежде всего, наличием вакуума в исследовании социально-политической жизни. «Фабрики мысли» стали тем звеном, где творческие замыслы развиваются без оглядки на специальные интересы, где они воплощаются в реальные проекты и программы, продвигаются в социально-политическую практику общества. Не в последнюю очередь на появление «фабрик мысли» во второй половине двадцатого столетия (в конце сороковых годов) повлияла ситуация противостояния двух общественных систем, социалистической и капиталистической. «Фабрики мысли» были ответом западной системы (прежде всего США) на вызов стран создающегося социалистического блока, который выражался в демонстрации социальной динамики, воплощении социальных идей в практическую жизнь.

Специалисты в целом одобряют возникновение и развитие «фабрик мысли», обосновывая это тем, что мозговые центры обеспечивают необходимую интеллектуальную поддержку и глубокое рассмотрение вопросов публичной политики. При надлежащей организации работы «фабрики мысли» могут стать мостом между навыками и опытом частного сектора, правительственным бюрократическим аппаратом и практикующими политиками. Такое взаимодействие между общественным и частным секторами вполне может привести к выработке оптимальных решений проблем социально-политического

развития общества.

Ситуация радикально изменилась в последние два-три десятилетия. Теперь мозговые центры оказывают большое влияние на политическое развитие. Со временем как либеральные, так и консервативные законодатели все чаще стали обращаться к независимым частным некоммерческим исследовательским институтам, то есть «фабрикам мысли». Сегодня целый мир идей исходит от мировой сети «фабрик мысли». Влиятельные идеи, например в Соединенных Штатах Америки, уже больше не являются прерогативой Гарвардского и Кембриджского университетов. Теперь на первый план вышли такие организации, как Фонд наследия (Heritage Foundation) или лондонский Институт экономики (Institute of Economic Affairs). С появлением «фабрик мысли» происходит процесс непосредственного вовлечения в публичную политику новых субъектов, в том числе тех, для которых политика не является профессиональной областью деятельности.

Сегодня деятельность самых крупных «фабрик мысли» США, таких, как Американский институт промышленности (American Enterprise Institute), Институт Като (Cato Institute), Фонд наследия (Heritage Foundation), Брукингский институт (Brookings Institution), Институт города (Urban Institute), и Национальный центр политического анализа (National Center for Policy Analysis), подчас называют информационными войнами в борьбе публично-политических идей [2]. Они влияют на способ мышления в социально-политическом пространстве Соединенных Штатов Америки, да и всего мира. Идеи, стоящие за тем или иным публично-политическим предложением, и дебаты по поводу их возможных последствий все чаще сводятся к спорам между новыми идейными центрами, то есть «фабриками мысли».

«Фабрики мысли» напрямую связаны с гражданскими интересами (общественным мнением), выражают эти мнения и эти интересы в интеллектуальной, научно обоснованной форме, в то время как с государственным аппаратом и организованными интересами партий, движений и корпораций (связанных между собой в непубличной политике) «фабрики мысли» связаны лишь через публичную политику. Таким образом, публичная политика является одновременно инструментом работы «фабрик мысли» с государством, партиями и корпорациями и пространством коммуникации, где гражданские интересы могут

быть обоснованно и значимо выражены в политически влиятельной форме.

Сегодня роль «фабрик мысли» становится важнее, чем когда бы то ни было. Практически нет ни одного вопроса, касающегося жизни индустриально развитых стран, который не оформлялся и не разрабатывался бы в сообществе «фабрик мысли». Они влияют на все аспекты социально-политической жизни зарубежных развитых стран тем, что разрабатывают основополагающие идеи, лежащие в основании политики. Каждый член американского Конгресса и правительства, скорее всего, укажет на мозговые центры в качестве первоисточника, откуда он черпает свои идеи, нежели на свои партии.

Политические деятели ожидают от «фабрик мысли», прежде всего, четко определенных решений по занимающим их проблемам. При этом альтернативность решений, предлагаемых различными «фабриками мыслями», рассматривается как одно из главных достоинств. Имея альтернативы, политики выбирают затем то решение, которое их устраивает. Главное, чтобы «фабрика мысли» предлагала не аналитическую формулировку типа «с одной стороны» и «с другой стороны», а однозначный вариант действий по проблеме. На этом основании и формируется конкурентная среда деятельности «фабрик мысли». Дело в том, что среди «фабрик мысли» также существует и деление по их различным философским и методологическим подходам, по их различным мировоззрениям, используемому инструментарию.

Так, при учреждении Института города (Urban Institute) в 1968 году по заказу американского Конгресса, еще на заре развития «фабрик мысли», президент США Л.Б. Джонсон определил следующие задачи «фабрик мысли»: «Исследование должно быть самого высокого качества и высочайшей практичности... Работа института должна заключаться в том, чтобы отделить долгосрочное от временного, реальное от иллюзорного... Прежде всего, институт должен функционировать в атмосфере интеллектуальной свободы и организационной независимости» [7].

Наиболее «принципиальные» «фабрики мысли», таким образом, заботятся о том, чтобы обязательно сопровождать каждый свой продукт необходимыми рекомендациями.

Не все «фабрики мысли», однако, намерены оказывать влияние на ход общественно-политических событий. Так, в Соединенных Штатах Америки известны случаи, когда некоторые «фабрики мысли» отказались обна-

родовать результаты своих исследований по тем или иным вопросам до принятия решения по этим вопросам на высшем уровне, то есть до окончания дискуссий.

Вопрос о заказных работах, то есть работах с заведомо нужным результатом является достаточно дискуссионным среди «фабрик мысли». Дело в том, что репутация организации во многом зависит от качества ее работы. Часто же работа по контракту нацелена на то, чтобы обосновать ту или иную уже имеющуюся практику, что не совсем соответствует общей ориентации деятельности «фабрик мысли», сводящейся к непредвзятому, максимально объективному, отстраненному отношению к предмету исследования. Этот вопрос особенно остро стоит в странах, где институт «фабрик мысли» только начинает зарождаться, в том числе во многих развивающихся странах, включая Российскую Федерацию. Пожалуй, основная болезнь в странах переходного периода как раз и заключается в ангажированности, потере независимости «фабрик мысли».

Крупные «фабрики мысли» сегодня в состоянии влиять не только на политическую линию страны, но и на другие государства. Одной из сфер активной деятельности «фабрик мысли» является внешняя политика. И хотя эта сфера, как и сфера обороны, считается наиболее закрытой сферой государственной политики, тем не менее, она не осталась за пределами досягаемости «фабрик мысли», поскольку нуждается в серьезных аналитических исследованиях и научных разработках, прежде всего, из-за ее специфичности. Практика государственной политики Соединенных Штатов Америки послевоенных лет показывает, что политические лидеры, как правило, не располагают глубоким знанием и опытом внешней политики при приходе к власти. Таким образом, «фабрики мысли» всегда находили свое место во внешней политике. И самые известные специалисты в среде «фабрик мысли» оказались занятыми именно во внешней политике. Достаточно сегодня упомянуть такие фамилии, как З. Бжезинский или Дж. Сорос (помимо инвестиционной деятельности, последний работает в качестве одного из директоров Внешнеполитического совета).

Образование составляет второе главное направление работы «фабрик мысли». Интересно, что по мере продвижения к открытости такие закрытые «фабрики мысли», как «Рэнд Корпорэйшн», прежде всего, начали ориентироваться на сферу образования. В принципе,

развитие «Рэнд» идет в ногу с развитием и состоянием духовно-интеллектуальной сферы общества, а точнее, с развитием науки. Так, в эпоху научно-технической революции и военно-политического противостояния двух противоположных общественно-политических систем организация активно занимается именно военно-технологическими разработками, что соответствовало стоящим перед политической элитой задачам. Затем, когда наступает кризис исследовательской науки и кризис системы образования, «Рэнд» активно занимается вопросом подготовки научных кадров, то есть вопросом образования.

Сегодня «фабрики мысли» активно участвуют в дебатах о реформировании системы образования своих стран. Помимо общественно-политической значимости этой темы, немаловажное значение имеет тот факт, что государство активно стимулирует финансирование дебатов и исследования в данной области. Не вызывает сомнения, что со временем все больше бюджетных средств будет направляться на решение этого вопроса на региональных и федеральных уровнях.

Успех и провал решений того или иного политического крыла (правый, левый, центр) практически решается в предварительных баталиях между «фабриками мысли» задолго до постановки вопроса в официальных документах. Так, например, в сентябре-октябре 1994 года президент США Б. Клинтон потерпел неудачу в сенате при попытке реализовать план реформирования системы здравоохранения. Но борьба между прогрессивными «фабриками мысли» (сторонниками плана социализации системы здравоохранения) и либеральными сторонниками свободного рынка (противниками социализации системы здравоохранения), по поводу этого плана началась еще два года назад. И решение законодательного органа стало всего лишь констатацией победы либеральных «фабрик мысли». В то же время борьба за план на этом не закончилась. В дискуссию вступили средства массовой информации и заинтересованные организации, такие, как Американская медицинская ассоциация (American Medical Association) и Американская торговая палата (U.S. Chamber of Commerce). Они добились пересмотра принятого решения, сводящего его к своего рода компромиссу между двумя противоборствующими идейными противниками. Таким образом, обнаруживается выполнение «фабрикой мысли» роли третьей стороны.

Другие же «фабрики мысли», в том

числе Национальный центр политического анализа (National Center for Policy Analysis), Институт Като (Cato Institute), Фонд наследия (Heritage Foundation), начали поднимать вопрос по поводу самого плана и проводить независимый и глубокий анализ экономических проблем, которые возникнут в случае его реализации. Просветительская работа этих «фабрик мысли» впоследствии стала основанием неприятия этого плана широкой общественностью. Мало того, усилия этих центров привели к тому, что некоторые деловые структуры начали вводить в действие альтернативные системы медицинского обеспечения своих сотрудников. На этой волне возникла целая новая отрасль рыночной экономики, относящаяся к медицинскому страхованию.

Когда создатели практически всех «фабрик мысли» приступают к созданию своей организации, они имеют свое видение того, что такое «идеальное общество», и, как правило, это основополагающее видение преобладает в их политических рекомендациях. Большинство же дебатов по публичной политике в Конгрессе и в законодательных органах Соединенных Штатов Америки начинается с вопроса о том, что такое «идеальное общество». К таким вопросам, например, относятся вопросы типа «Требуется ли, чтобы государство всем обеспечивало право на медицинские услуги (здравоохранение), бесплатное образование и хорошую работу? Должна ли его экономическая политика привести к созданию эгалитарного общества? Должно ли оно быть равнодушным к тому, кто выигрывает и кто проигрывает в рыночных условиях; и, соответственно, должно ли государство ограничиваться тем, что обеспечивать соблюдение правил игры всеми гражданами страны?» [1]

С одной стороны, «фабрика мысли» играет роль наблюдателя (watchdog) за политическим процессом. В этом отношении она обращает внимание на деятельность правительства и поднимает вопросы о характере выполнения государственных программ и проектов, управления ими и использования их результатов. С другой стороны, государственные, официальные лица составляют основную целевую аудиторию «фабрик мысли». Поэтому эти организации в своей работе поддерживают с ними тесные и активные рабочие отношения, изменяющиеся в зависимости от направления политики и состава государственной власти. Соответственно меняется и характер, структура и направление деятельности «фабрик мысли», но не меняют-

ся функции и задачи. На этой основе «фабрики мысли» придерживаются более или менее дружественных, но критических отношений с правительственными учреждениями. Работа «фабрик мысли» касается исключительно вопросов политики, а не личности политического деятеля или текущего политического курса

Для обеспечения своего присутствия в общественно-политическом поле «фабрики мысли» используют следующие стратегии [1]:

- представление отчетов высоким профильным правительственным комитетам,
- публикация исследований о спорных вопросах внутренней и внешней политики,
- появление в программах центральных и авторитетных телепрограмм, газет и журналов (это направление является самым эффективным инструментом политического влияния).

Среди стратегий повышения интереса к «фабрикам мысли» исследователи также отмечают [6]:

- предоставление внешних услуг членами «фабрики мысли», встречи с лидерами частного и публичного секторов; разглашение завершённых исследований; образовательные действия;
- предоставление возможности участвовать в стоящем проекте внешним экспертам (политикам и бизнесменам);
- самовыдвижение (селфпромоушн);
- непрямые способы рекламирования своих достижений через сообщение количества публикаций, объема освещения в средствах массовой информации; приглашение на конференции и симпозиумы; включение известных и влиятельных представителей прессы и политиков в совет института; утверждение и предоставление курсов и исследований в университетах и колледжах; ориентация на публичную демонстрацию некоторых целей;
- использование целого ряда позитивных культурных настроений, нуждающихся в «экспертных» комментариях при участии средств масс-медиа.

Следует также обратить внимание на способы, с помощью которых «фабрики мысли» добиваются признания в среде практикующих политиков. Как уже отмечалось выше, в последнее десятилетие наблюдается тенденция, когда президентом США становился политик, не разбирающийся во внешней политике. Такими были Дж. Картер, Р. Рейган и Б. Клинтон. Они восполняли это ограничение, поручая тем или иным группам «фабрик

мысли» разработку своей внешнеполитической линии. Эта стало особенно заметно во время правления Б. Клинтона.

На Дж. Картера работали такие вашингтонские «фабрики мысли», как Трехсторонняя комиссия (Trilateral Commission), Брукингский институт (Brookings Institution) и Деловой круглый стол (Business Roundtable). В своей автобиографии Дж. Картер особо отметил Трехстороннюю комиссию: «Комиссия предоставила мне великолепную возможность поучиться, а многие ее члены мне помогли в моих исследованиях внешней политики».

Р. Рейган подчеркнул роль некоторых «фабрик мысли» и своей администрации в своей победе на президентских выборах 1980 года. Сам президент Рейган и его окружение обильно цитировали такие «фабрики мысли», как Институт Гувера (Hoover Institution), Фонд Наследия (Heritage Foundation), Американский институт предприятий (American Enterprise Institute), Комитет по современным угрозам (Committee on the Present Danger). Правда, в разное время своего пребывания у власти сам президент Р. Рейган давал различные оценки деятельности этих «фабрик мысли».

Президент Б. Клинтон однозначно указывает на то, что именно Институт прогрессивной политики (Progressive Policy Institute), аналитический филиал Совета демократического лидерства (Democratic Leadership Council), разработал его предвыборную программу под названием «Мандат на изменения» «Mandate for Change» (отметим, что Клинтон возглавлял этот Совет в 1990-1991 годах).

Предпочтение, которое правительство США отдавало тем или иным «фабрикам мысли», соответственно, и успех, которым пользовались эти «фабрики мысли» у правительства, объясняется близостью их взглядов на политику, идеологических и мировоззренческих, взглядам стоящих у власти политических сил. В то же время нельзя не заметить, что успех «фабрик мысли» в более долгосрочный период больше зависит от использования целого ряда хорошо отработанных стратегий, чем от идеологической совместимости с властью.

В [1] отмечает три основных фактора, обуславливающие расположение практикующих политиков к «фабрикам мысли».

- В отличие от преподавателей университетов, которые постоянно ведут какие-то замысловатые исследования без особой связи с реальной политикой, экспертная работа

«фабрик мысли» имеет прямой выход на актуальные вопросы политики, интересующие избранных политиков. «Фабрики мысли» выполняют своего рода обучающую функцию для политиков.

– «Фабрики мысли», особенно идеологически ориентированные, предоставляют дополнительную интеллектуальную поддержку, а также содействуют продвижению политических платформ кандидатов на политический пост или действующих государственных деятелей.

– Некоторые авторитетные «фабрики мысли» могут предоставлять к услугам публичных политиков высококвалифицированных и талантливых ученых и исследователей, отставных и отслуживших государственных деятелей, и к тому же могут служить уютным и престижным убежищем для высокопоставленных государственных деятелей после ухода с активной государственной деятельности.

Важным фактором успешности деятельности «фабрики мысли» является доверие в публичной политике, которое обеспечивает в первую очередь долгосрочное развитие и признание. Немногие из более чем 1200 «фабрик мысли» Соединенных Штатов Америки, вопреки их общей привлекательности, сумели реализовать проекты в высоких политических кругах страны. Чаще всех цитируются в этой связи в средствах массовой информации такие гранды, как Брукингский институт (Brookings Institution), Совет по международным отношениям (Council on Foreign Relations), Фонд Карнеги (Carnegie Endowment for International Peace), Американский институт предприятий (American Enterprise Institute), «Рэнд» (Rand), Фонд наследия (Heritage Foundation). Однако эти организации представляют далеко не типичную американскую «фабрику мысли» и их ученые не являются типичными представителями сообществ таких «фабрик».

В той или иной мере все крупные «фабрики мысли», которые добились признания у авторитетных государственных структур Соединенных Штатов Америки, постоянно осуществляют следующие виды деятельности [1].

– Они участвуют в открытых публичных форумах и конференциях, где обсуждаются политически значимые вопросы, и всячески приветствуют учебно-просветительскую деятельность своих ученых в университетах, клубах и других гражданских учреждениях. Многие из этих лекций передаются по спут-

никовому телевидению.

– Ученые «фабрик мысли» также выступают на слушаниях Конгресса (дают свидетельства и показания), перед комитетами и подкомитетами и часто публикуют статьи в открытой прессе, центральных американских и международных изданиях. Часто возникают ситуации, когда «фабрики мысли» нанимают анонимного писателя для написания статьи от имени своих занятых ученых.

– «Фабрики мысли» также активно добиваются доступа в эфирные средства массовой информации, особенно в сетевые средства новостей, а также участия в политических ток-шоу. Как правило, эти передачи затем помещаются на web-страницах институтов. Сегодня десятки «фабрик мысли» создали свои web-страницы в Интернете, где размещаются, среди прочего, фотографии ученых, информация о последних их публикациях и выступлениях.

– В свободной продаже распространяются аудио- и видеокассеты с выступлением ведущих политических аналитиков ведущих «фабрик мысли». Эти «фабрики мысли» не стесняются привлечь к пропагандистской работе известных артистов эстрады и юмористов. Результаты такой популяризаторской работы высоко оцениваются политическими деятелями. По словам Н. Гинрича, «ежемесячный брифинг на кассетах, выпускаемых Наследием (имеется в виду Фонд наследия), обеспечивает месячную дозу консервативного здравого смысла. И он заставляет задумываться, как можно было раньше обойтись без него» [1]. Для остальной части общественности и политиков, которые могут обойтись без этих записей, копии публикаций института всегда можно получить у «фабрики мысли».

– В зависимости от финансовых и человеческих ресурсов «фабрики мысли» могут выпускать самые разнообразные публикации: от книг, журналов, буклетов и обзоров новых идей до релизов, итоговых документов конференций, газет и бюллетеней.

Хотя не трудно распознать всевозможные каналы, которые «фабрики мысли» используют для обеспечения своего публичного присутствия (видимости в социально-политическом пространстве), тяжелее обстоят дела, когда речь идет об определении конкретных путей и способов влияния на политиков в коридорах власти в целях заключения контракта на реализацию того или иного проекта. Эта информация особенно трудна для доступа в сферах, относящихся к вопросу национальной безопасности, к внешней политике или к

обороне.

В то же время известно, как «фабрики мысли», вовлеченные в вопросы внешней политики и обороны, используют некоторые стратегии для доведения своих специфических рекомендаций до высокопоставленных политиков.

– Самое благоприятное время для влияния на внешнюю политику наступает в период предвыборных кампаний и последующий переходный период между двумя правлениями. Участие сотрудников «фабрик мысли» в рабочих группах по разработке и обеспечению предвыборной кампании того или иного кандидата позволяет разместить и внести ключевые рекомендации в предвыборных речах кандидата и в пресс-релизах предвыборного штаба. При успешном исходе предвыборной гонки эти вопросы могут быть воплощены в конкретные решения по внешней политике. Кроме того, работая в избирательных штабах и рабочих группах, сотрудники «фабрики мысли» имеют большой шанс получить государственное назначение в новой администрации. Это в дальнейшем позволяет им содействовать усилению влияния и роли своего института. Среди ученых от «фабрик мысли», сделавших карьеру таким путем, можно перечислить: представитель США в ООН при Р. Рейгане Дж. Киркпатрик (Американский институт предприятия); первый помощник президента Р. Рейгана по национальному вопросу Р. Аллен (Институт Гувера), известный стратег внешней политики США Э. Бжезинский (Центр стратегических и международных исследований, Center for Strategic and International Studies (CSIS)), госсекретарь США М. Олбрайт (Центр стратегических и международных исследований) и многие другие. Многие ученые и специалисты получают приглашение работать в таких президентских учреждениях, как Президентский Совет по надзору над разведкой (President's Intelligence Oversight Board, PIOB), Президентский Совет по международным делам (President's Foreign Advisory Board, PFIAB), которые готовят для президента долгосрочные планы и программы по внешней и оборонной политике.

– Что касается переходного периода между двумя президентствами, то такие «фабрики мысли», как вашингтонский Центр стратегических и международных исследований, давшие таких известных политиков, как Э. Бжезинский, Дж. Шлезингер, В. Кроуи, организовали транзитные (переходные) семинары для приходящих новых администраций. А Фонд наследия организует

семинары для новоизбранных конгрессменов и сенаторов.

– Некоторые институты, в том числе Институт Гувера (Hoover Institution) при Стэнфордском университете, приглашают членов конгресса и комитетов конгрессов, а также работников аппаратов Конгресса на свои вашингтонские семинары, которые рассчитаны на просвещение и информирование участников о вопросах внешней и внутренней политики.

– Фонд наследия идет дальше и добивается доступа частных доноров к президенту и высокопоставленным представителям администрации. Так называемый «Президент-клуб», объединяющий всех доноров, внесших не менее 1000 американских долларов, остается одной из самых популярных программ Фонда наследия.

– Некоторые «фабрики мысли», в том числе Фонд наследия и Центр стратегических и международных исследований, используют другие каналы влияния на ключевые фигуры внешней политики. Так, общеизвестна практика, когда дипломатические работники между назначениями на другие посты получают финансирование от Государственного департамента в рамках программы подготовки к новой миссии (Diplomat Residence Program); они обращаются в «фабрики мысли» для проведения исследований. Время от времени даже представители госдепартамента приезжают в «фабрики мысли» для налаживания отношений между администрацией президента и особо выдающимися членами «фабрик мысли». Такой случай представился, например, когда госсекретарь Дж. Шульц перевел одного из своих сотрудников в Фонд наследия с задачей убедить последний внести изменения в некоторые особо критичные позиции Фонда в отношении американской внешней политики.

Следует признать, что первоначальные связи с политическими деятелями, а также политическая близость играют определенную роль в успехе той или иной «фабрики мысли» у разных государственных администраций. Однако исследователи феномена «фабрик мысли» выделяют следующие общие факторы успеха (или основные правила достижения успеха) [1].

– Преуспевающие «фабрики мысли» отличаются, прежде всего, умением сочетать способность предлагать реальную политику, высокий экспертный уровень и огромное желание реализовать продвижение своих наработок в реальную политику.

– «Фабрики мысли», которые продвигают специфическую идеологию на идейном рынке, не имея при этом достаточного экспертного знания для подкрепления своих взглядов, вряд ли выживут в ситуации все более и более ужесточающейся конкуренции.

– Аналогичное правило применимо к «фабрикам мысли», жертвующим академичностью ради краткосрочного публичного признания.

– Только те «фабрики мысли», которые соблюдают оптимальный баланс между научностью и агрессивной позицией «коммерсанта», сохраняют наилучшие позиции в системе принятия и реализации политических решений.

Важнейшим компонентом деятельности «фабрик мысли» является их взаимодействие со средствами массовой информации. Mass media являются бесценным способом формирования общественного мнения и публичной политики. Более того, «фабрики мысли» давно пришли к выводу, что идеи, как и промышленные товары, должны быть должным образом представлены на рынке, чтобы привлечь интерес потребителя.

В силу того, что «фабрики мысли» ориентированы на активное распространение и реализацию своих идей и концепций в обществе, сотрудничество со средствами массовой информации становится критическим фактором успеха их деятельности. Так, в Соединенных Штатах Америки консервативные «фабрики мысли», имеющие среди своих учредителей крупные информационные корпорации со связями в кругу корпоративной элиты и обладающие крупными фондами, имеют большую возможность вести агрессивную информационную политику и больше шансов быть услышанными. В 1995 году индекс цитирования работ консервативных «фабрик мысли» в средствах массовой информации в США превышал аналогичный показатель ближайших конкурентов, прогрессивных «фабрик мысли», в 7 раз [3]. Успех целой группы консервативных книг, поднявших шумиху по поводу наступления нового левого терроризма в 90-е годы, полностью подтверждает этот факт.

Последние исследования также показали, что основные телевизионные каналы Соединенных Штатов Америки опираются исключительно на небольшую группу консервативных столичных «фабрик мысли» в своих политических комментариях и экспертной оценке политической ситуации [5]. Поэтому такие эксперты, как З. Бжезинский

(Центр стратегических и международных исследований), В. Бенет (Власть Америке, Empower America), Дж. Киркпатрик (Американский институт предприятия) и их коллеги всегда первыми выходили в эфир при необходимости прокомментировать ту или иную общественно-политическую проблематику в средствах массовой информации. Эта группа мыслителей стала настолько известной среди населения, что их авторитет в публично-политических делах уже не подвергается сомнению.

Хотя появление в средствах массовой информации, несомненно, играет весомую роль в росте или снижении авторитета той или иной «фабрики мысли», тем не менее, другие факторы также способны повысить или снизить «видимость» в социально-политическом пространстве. Среди этих факторов можно указать на следующие [1]:

- стратегия, применяемая «фабрикой мысли» для продвижения и реализации своих продуктов;
- диверсификация исследований и штата;
- значение, которое «фабрика мысли» придает воздействию на политическую повестку государства.

Активное присутствие в средствах массовой информации также не всегда позволяет объективно оценить реальное влияние «фабрик мысли» на социально-политическое пространство. Это означает, что ставшие известными «фабрики мысли» не являются монополистами политического влияния. Другие «фабрики мысли» могут избрать иной путь влияния на политический процесс или методы влияния на других этапах политического цикла. Например, некоторые «фабрики мысли» предпочитают работать с практикующими политическими деятелями в небольших рабочих кругах вместо того, чтобы добиваться в эфире влияние на ход и направление социально-политических дискуссий.

Выступления ученых от «фабрик мысли» с экспертными оценками в теле- и радиопрограммах могут решать ряд практических задач, при этом реально используя широкую аудиторию для представления собственных идей и продвижения целей своей «фабрики мысли». Для «фабрик мысли» присутствие в эфирах национальных радио- и телекомпаний также может служить хорошей базой для привлечения высокопоставленных государственных деятелей и доноров, ищущих организации, способные обращаться и влиять на большие слои населения.

Обращением к большой аудитории «фабрики мысли» целенаправленно представляют широкой общественности авторитетный и информированный взгляд и свое видение внутренней и внешней политики. Кроме того, они таким образом формируют общественное мнение и публичную политику исходя из собственных целей и задач, стимулируя тем самым потенциальный спрос на собственные услуги.

«Фабрики мысли», как правило, заявляют о своей независимости (непредвзятости) в целях получения налоговых льгот. В Соединенных Штатах Америки такая позиция, отраженная в статусе организации, освобождает от налогообложения, хотя некоторые из них могут быть действительно нейтральными не только по налоговым соображениям. В то же время институты, которые считают своей первой задачей отстаивание тех или иных аспектов общественных интересов (так называемые «адвокатские фабрики мысли») редко скрывают свою идеологическую и политическую наклонность. Тем не менее широкая публика, как правило, слабо ориентируется в местоположении «фабрик мысли» в идеологическом пространстве, хотя оно почти всегда отражено в их декларациях о намерениях и публикациях.

Для более успешного продвижения своих интересов и услуг некоторые «фабрики мысли» разрабатывают специальные программы усиления своего присутствия в информационном поле, то есть в объективе средств массовой информации. Для этой цели ученые от «фабрики мысли» поощряют регулярно выступать на страницах национальной и зарубежной прессы. Кроме того, «фабрики мысли» забрасывают редакции средств массовой информации бесконечным количеством своих информационных материалов, пресс-релизов, аналитических отчетов и коммюнике. Наконец, «фабрики мысли» выпускают и собственные издания, книги, радио- и телепрограммы.

Хотя практически все «фабрики мысли» стараются получить расположение средств массовой информации, тем не менее, добиваются успехов на этом поприще те, которые обладают определенными характеристиками, среди которых специалисты выделяют следующие [1]:

– наличие широких диверсифицированных исследовательских программ, подкрепленных десятками высококвалифицированных сотрудников; узкая специализация не привлекает средства массовой информации;

– способность и готовность представить свои комментарии по большому спектру вопросов внутренней и внешней политики;

– четко определенная позиция по отношению к вопросам политики;

– надежность политической экспертизы;

– способность и эффективность общения с публикой и передачи своих идей широкой аудитории в простой, прямой и содержательной форме.

Отношение со стороны средств массовой информации имеет большое значение для признания и успеха «фабрики мысли». В то же время принятие средствами массовой информации не является достаточным признаком политического влияния. Дело в том, что «фабрики мысли», которые активно выступают в средствах массовой информации, в самом деле эффективно влияют прежде всего на определение основных параметров дебатов по важнейшим вопросам политики. Следовательно, они могут придать высокий приоритет именно этому аспекту своих функций. Поэтому они могут оказаться менее эффективными при реализации других функций, таких, как формулировка и внедрение политики. К тому же практические политики могут обратиться к менее заметным, но не менее эффективным и более специализированным «фабрикам мысли» за советом и руководством в ходе работы над отдельными частями законодательства. Как показывают результаты слушаний в американском Конгрессе, политики заинтересованы услышать мнения ученых всевозможных «фабрик мысли», а не только тех, которые составляют заголовки прессы.

Таким образом, нельзя рассчитывать на то, что «фабрика мысли» будет одинаково услышана на каждой стадии всего политического цикла. Для этого у них просто может не оказаться компетенций и ресурсов. Как следствие, в условиях все увеличивающейся конкуренции на рынке интеллектуальных услуг «фабрики мысли» должны создать свою специфическую нишу.

Интересным вопросом функционирования «фабрик мысли» является оценка эффективности их работы. Сразу следует повторить мнение большинства исследователей данного вопроса, что оценивать эффективность и результативность воплощения идей «фабрик мысли» достаточно трудно. Тем не менее можно выделить определенные признаки эффективности деятельности «фабрики мысли» [1].

– Преимущественное влияние на законодательные и исполнительные решения, по которым не было единого мнения и были весьма трудные дебаты, что выражается в интеграции тех или иных частей документов «фабрики мысли» в официальные документы и решения и отголосках в прессе.

– Инициирование целых новых направлений исследования, отраслей хозяйства, государственных программ и т.п.

– Изменение в балансе финансовых средств организации. Как правило, увеличение финансовых поступлений является результатом позитивного отношения в работе «фабрики мысли».

– Признание лидеров «фабрики мысли», которое состоит в предложении им руководящих государственных постов, авторитете среди широкой общественности (в СМИ), а также в приглашении их в качестве персональных консультантов ведущими политиками, крупными корпорациями, солидными государственными структурами.

– Участие в избирательных кампаниях президента, в публичных слушаниях парламента.

– Создание нового типа интеллектуальной работы, новой организационной структуры, которую копируют и повторяют другие «фабрики мысли».

– Общественное признание «фабрики мысли».

В завершение анализа деятельности современных «фабрик мысли» остановимся на критических высказываниях, которые направляются в их адрес.

«Фабрики мысли» начала XX века имели своей целью, прежде всего, привлечение и интеграцию научного знания в решение общественно значимых проблем. Продвижение и использование научного знания ради качественного улучшения процесса принятия решения на уровне правительства было одним из их основных приоритетов. С тех пор, как Р. Брукингс и А. Карнеги создали свои институты, многие «фабрики мысли» начали больше работать над политическим влиянием, нежели над усовершенствованием самой политики. Они рассматривают свою деятельность как бизнес, чей успех измеряется масштабом сбыта идей, концепций, результатов аналитических исследований.

По мнению некоторых авторов [6], «фабрики мысли» вызывают интерес не столько своими достижениями и своим влиянием, сколько самой мифической идеей существования не до конца прозрачного «моз-

гового центра», управляющего сложными политическими и социальными процессами. Мифическая природа восприятия деятельности «фабрик мысли» оберегает их от более глубокого обследования. Дело в том, что само выражение «мозговой центр» озвучивает многие ожидания прогрессивно настроенных людей из развитых западных стран, связанные с такими понятиями, как «критическая экспертная масса», «междисциплинарное осмысление», «адекватность политики», «ориентация на будущее». Более того, образцово-показательные «фабрики мысли», в частности корпорация «Рэнд», Брукингский институт, Американский институт предприятия, впечатляют масштабами своей деятельности и своим влиянием, хотя и не являются типичными «фабриками мысли».

Исследования «фабрик мысли» на самом деле нужны не столько практикующим политическим деятелям, сколько гражданскому обществу для контроля и улучшения деятельности политиков через публичную политику. Но в этом и слабость «фабрик мысли», так как [1]:

– они во многом рассчитаны на активизацию общественного мнения;

– непрактичность их работ вытекает из ограниченности ресурсов и большого количества конкурентов в этом секторе;

– исследователи в «фабриках мысли» вынуждены тратить большую часть своего времени на написание предложений. К тому же они подвержены колебаниям политической конъюнктуры. В результате они время от времени вынуждены переключаться на другой проект, на другую тематику, которая имеет большую аудиторию и по которой идет финансирование. Следовательно, они должны временно оставить тематику, которая их интересует. Работа в таких условиях может оказаться трудной задачей, особенно для молодых исследователей [7];

– немногие «фабрики мысли» действительно являются междисциплинарными мозговыми центрами; как правило, они опираются на работы экономистов и глобалистов в качестве аналитиков;

– «фабрики мысли» редко подвергают глубокому испытанию и детальной проверке вопросы внедрения;

– так же редко они развивают новые политические методологии;

– в целом, мозговые центры с трудом составляют конкуренцию государственной бюрократии, хотя многие надежды возлагаются именно на них. Идеологический вызов, кото-

рый они принимают, еще не делает их источником знания и инноваций в практической социально-политической деятельности. Основная творческая работа, полноценное использование профессиональных междисциплинарных подходов и самые влиятельные труды исходят не только от «фабрик мысли», но и из стен государственного бюрократического аппарата, университетов и организаций частного сектора.

Скорее всего, следует охарактеризовать «фабрики мысли» как интеллектуальные сообщества по вопросам практической социально-политической деятельности. Это означает, что они формулируют цели для ограниченного круга и для определенной целевой аудитории. Некоторые созданы в целях расширения интеллектуального кругозора своих членов; другие организованы для предоставления специфических услуг относительно узкому кругу профессиональных групп; еще одни учреждены для удовлетворения важных внутренних и внешних символических потребностей идеологических лагерей. Они предоставляют возможность ученым публиковать более доступные работы, а также служат испытательным полигоном для молодых исследователей и политиков.

Все это, конечно, не означает, что они не могут содействовать более высокому уровню социально-политического дискурса.

Для того, чтобы «фабрики мысли» могли реализовать подлинно новаторские работы, они должны поддерживать проекты с временным сроком от 2 до 3 лет или позволять исследователям делать интенсивную работу в рамках определенного срока. Более того, междисциплинарная работа должна быть обеспечена для формирования подхода, который действительно обращается к проблемам практической социально-политической

деятельности, то есть который должен включать методы управления разработкой и реализации социально-политического проекта.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Грановский В., Дацюк С., Хариманга Е.Р. Аналитический доклад «Современные фабрики мысли». – Киев: Агентство гуманитарных технологий, 1999. http://xyz.org.ua/russian/win/discussion/think_tanks.html
2. Диксон, П. Фабрики мысли. М.: АСТ, 2004
3. Dolny M., “The Think Tank Spectrum”, Extra May/June 1996
4. Dunn W.N. «A Look Inside Think Tanks» <http://www.cipe.org/e21/dunE21.html>
5. <http://www.nira.go.jp/publ/review/98summer/abelson.html>
6. Lindquist, E.A., Beyond the Myth: New Challenges for Think Tanks, <http://www.nira.go.jp/publ/review/97autumn/alind.htm>
7. Ueno, M. Toward a More Civil Society: An Overview of the Urban Institute, 1996- <http://www.nira.go.jp/publ/review/96autumn/uenoma.html>

A. Sitnikov

FUNCTIONS AND ACTIVITY DIRECTIONS OF “THINK TANKS” IN COUNTRIES’ POLITICAL LIFE

Abstract. A country’s social and political development is impossible without a profound intellectual activity that is intended to identify major problems in the society and forecasts of its development. The so-called think tanks became efficient institutes of strategic intellectual provision in a modern world. Actively implemented social projects are impossible without establishment in Russia of such bodies of intellectual, social, economic and political energizing.

Key words: social projects, think tanks, think factories, social and economic development, political process.