

Маєвська О.М.

Сучасні тенденції діяльності провідних «мозкових центрів» США

УДК 323.303 (73-41)

Маєвська О.М.,
асистент кафедри міжнародної
інформації
Навчально-наукового інституту
Міжнародних відносин
Національного авіаційного університету

У статті представлено провідні «мозкові центри» США та визначено основні фактори, що впливають на їхню діяльність. Здійснено характеристику основних напрямів діяльності цих організацій.

Ключові слова: «мозкові центри», США, діяльність аналітичних центрів.

В статье представлены ведущие «мозговые центры» США и определены основные факторы, влияющие на их деятельность. Осуществлена характеристика основных

направлений деятельности этих организаций.

Ключевые слова: «мозговые центры», США, деятельность аналитических центров.

In the article the leading “think tanks” of the US are presented and the main factors, that have an influence on their activity, are determined. There is a description of the main activities of these organizations.

Key words: “think tanks”, the USA, activity of analytical centers.

Сучасні тенденції міжнародної політики вимагають нових знань та якісних експертних оцінок, які в подальшому стають вагомим фактором у діяльності «мозкових центрів». Як незалежні аналітичні установи вони посідають особливе місце у сфері продукування та поширення суспільно-важливого знання. Класичним прикладом вагомості функціонування незалежних аналітичних установ є США. Зумовлено це, передусім, історичними аспектами інституціоналізації політичного аналізу та прогнозування, лідируючими позиціями американських центрів у світовому масштабі.

На сьогоднішній день дослідженням «мозкових центрів» займаються багато вчених. Серед західних дослідників слід відзначити Дж. Сміта, Е. Річа, Дж. Макгана, Д. Ейбелсона, П. Діксона, Р. Хааса, праці яких досліджують розвиток та становлення «мозкових центрів» США, основні підходи до класифікації, визначення особливостей діяльності та механізмів впливу на політику держави, використання рейтингової моделі оцінки діяльності та порівняння аналітичних центрів. Серед вітчизняних вчених ця проблематика представлена працями В. Білецького, К. Ващенко, С. Внучко, В. Горбатенка, О. Клименка, І. Петренка, Н. Ржевської, Ю. Якименка, та ін. Питання ж нинішніх тенденцій розвитку «мозкових центрів» є недостатньо розкритим.

Метою статті є визначення нових тенденцій у діяльності провідних «мозкових центрів» США. Визначена мета потребує представлення факторів, що впливають на зміни у діяльності «мозкових центрів» та створення характеристики напрямів діяльності провідних аналітичних центрів Сполучених Штатів.

Із початку минулого століття “think tanks” зарекомендували як дієві структури з виявлення та вирішення актуальних проблем суспільства. Досить часто провідні ідеї та дослідження цих інститутів не оминаються увагою державних структур, що пояснюється самою сутністю незалежного аналітичного центру. З цього приводу Р. Хаас називає «мозковими центрами» незалежні установи, створені з метою проведення досліджень та продукування об'єктивного

знання, що є важливим для політики. На його думку, головним внеском цих організацій є допомога в подоланні розриву між світом ідей та дій, де під світом ідей розуміються університети, а під світом дій – уряд [1]. Таким чином, «мозкові центри» виступають посередниками між теоретичним знанням та практичними діями. По суті, “think tanks” синтезують у собі особливості науково-дослідних інститутів, лобістських груп та суб'єктів, що мають безпосередній вплив на прийняття політичних рішень.

Зародження та розвиток незалежних аналітичних структур пов'язаний передусім зі Сполученими Штатами Америки, де незалежна експертна оцінка має велику вагу в питаннях внутрішньої та зовнішньої політики. Саме уряд США має у своєму арсеналі найбільшу кількість науково-дослідних установ, які проводять незалежні дослідження та концентрують свою увагу на політичних реаліях, економіці, суспільному розвитку тощо. У 2015 році в Сполучених Штатах їх нараховувалося 1 835 центрів, що становило третину світової кількості аналітичних центрів (за даними Всесвітнього індекс-рейтингу аналітичних центрів за 2015 рік, що представлений програмою «Експертно-аналітичні центри та громадянське суспільство» Університету Пенсільванії США). Серед провідних аналітичних центрів світу найбільш вагомими американськими аналітичними центрами є Інститут Брукінгса, Фонд Карнегі за міжнародний мир, Центр стратегічних та міжнародних досліджень, Рада з міжнародних відносин, Корпорація РЕНД, центр імені Вудро Вільсона, Фонд «Спадщина», Інститут Като. Через авторитетність цієї рейтингової системи варто зазначити, що саме ці «мозкові центри» відіграють провідну роль у суспільно-політичному житті Сполучених Штатів Америки, мають найбільший вплив на суспільну думку та осіб, що приймають рішення [2].

Упродовж XX та на початку XXI століть кількість аналітичних центрів зростала бурхливими темпами. Цьому росту сприяла низка факторів: інформаційно-технологічна революція, завершення епохи державного контролю над інформацією, ускладнення і технологічний характер політичних питань, зростання кількості урядових організацій і їх повноважень, криза

довіри до обраних посадових осіб, пришвидшення глобалізації і ріст впливу на державу недержавних діячів, а також потреба у своєчасній інформації та в її аналізі [3].

Ці фактори значною мірою позначилися і на аналітичних центрах Сполучених Штатів. Нині «мозковий центр» – це не лише «інститут без студентів», а організація, що має широкий спектр завдань. Науково-дослідна робота є не єдиною сферою діяльності, в якій працюють та яку розвивають. Вони ініціюють консультації у сфері публічної політики з актуальних проблем сучасності, таким чином залучаючи до розробки такої політики дедалі більше громадян. Саме неурядовий аналітичний центр виступає посередником між владою, бізнесом та громадянами, лобіює громадські пріоритети та інтереси шляхом гнучкого реагування на запити політичних діячів, прагнучи в такий спосіб безпосередньо впливати на їх рішення [4].

«Мозкові центри» є справжніми генераторами ідей, альтернативних прогнозів, висновків, модераторами публічної комунікації, лобістами суспільних інтересів. Хоча основна продукція «фабрик думок» – це прикладна політична експертиза, аналітичні статті, фундаментальні політичні праці, але її, як правило, відрізняє стратегічне цілепокладання, засноване на певних уявленнях про бажані соціально-економічні та політичні результати. Саме цим «фабрики думок» відрізняються від академічних наукових установ [5]. Наприклад, Інститут Брукінгса щорічно публікує своє дослідження у сфері зовнішньої політики США «Великі ставки та «чорні лебеді»», де аналізуються основні напрями зовнішньої політики США та надаються рекомендації Президентові США щодо його діяльності.

Поширення результатів своїх досліджень залишається серед пріоритетних завдань кожного «мозкового центру». В процесі свого розвитку ці організації виробили досить розгалужену систему каналів взаємодії з суспільством та органами державної влади. Особливо яскраво це можна розглянути на прикладі американських «think tanks», які досить часто використовують офіційні контакти, а точніше, виступи на слуханнях у комітетах конгресу та урядових комісіях. Деякі дослідницькі центри, а особливо ті, що працюють за контрактами, готують офіційні звіти на адреси вищих посадових осіб. Водночас фахівці з «фабрик думок» нерідко мають можливість попрацювати на державній службі або бути включеними до складу урядових комісій [6]. Н. Ржевська зазначає, що зі зростанням своєї популярності та значимості «мозкові центри» почали відігравати важливу роль у трансформації політичної системи США, трансформувалося також і їхнє значення у прийнятті політичних рішень та виробленні державного курсу США. Наукові центри в США, порівняно з аналогічними установами в інших державах, більшою мірою впливають на прийняття політичних рішень. Частково це пов'язано із циклічним процесом, коли вчені, які пра-

цюють у наукових центрах, із приходом тієї чи іншої адміністрації стають її членами або співробітниками і мають змогу реалізувати свої теорії на практиці [7, с. 96–97].

Нині засоби масової інформації є одним із найпотужніших каналів поширення інформації. В свою чергу, «мозкові центри» активно спрямовують свою діяльність на збільшення кількості надрукованих досліджень у ЗМІ та на проведення інформаційно-пропагандистських програм. Аналітичні центри все частіше користуються послугами професіоналів, які працюють у сфері маркетингу та зв'язків з громадськістю.

Зокрема, Дж. Макген виділяє такі методи діяльності в цьому напрямі.

1) Семінари, конференції та брифінги. Для повернення уваги суспільства «мозкові центри» докладають значні зусилля, організовуючи лекції, семінари, конференції, наради експертів, особисті або групові брифінги.

2) Публікації. Як правило, велика кількість «мозкових центрів» має у своїй структурі високопродуктивні видавничі будинки, що створюють як традиційні, так і мультимедійні видання. На додаток до численних друкованих видань (наприклад, Інститут Брукінгса ініціює прес-конференції та читання з виходом нової публікації) кожен «мозковий центр» на сьогоднішній день публікує свій власний високоякісний журнал кілька разів на рік (наприклад, журнал Інституту Като виходить тричі на рік, а журнал Інституту підприємництва – раз на два місяці). Зрозуміло, що установи часто друкують значну кількість необ'ємних бюлетенів та інформаційних брошур, таких як аналітичні записки з окремих питань. Нарешті, деякі «мозкові центри» надають спеціальні інформаційні послуги факсом або через електронну пошту, коментуючи політичні та економічні події дня. Такий щоденний аналіз часто надсилається безкоштовно членам Конгресу, представникам державних органів та бізнес-структур.

3) Створення власного веб-сайту. Одним з найбільш важливих інструментів для будь-якого аналітичного центру є його сайт. Сьогодні майже кожен «мозковий центр» публікує широкий спектр інформації в Інтернеті, який забезпечує потенційне збільшення аудиторії. На більшості сайтах містяться виступи, звіти та програмки конференцій, анотації до книг, біографії експертів, інформація про події та найчастіше – відеокліпи та аудіозаписи, що можна безкоштовно завантажити. Водночас на сайті публікують інформацію про науково-дослідну тематику, дослідницькі програми й організаційну структуру аналітичного центру. Також надаються контакти членів установи та інформація для тих, хто хоче влаштуватися як співробітник або стажер.

4) Засоби масової інформації. Співпраця журналістів та експертів «мозкових центрів» відбувається на взаємовигідній основі: журналісти заповнюють колонку газети експертними висновками, а експерти

мають змогу просувати основні ідеї центру. Часто експерти мозкових центрів публікують свої роботи у власних газетних колонках, але частіше на блогах в інтернет-мережі. Інші форми електронних ЗМІ також відіграють важливу роль для представлення як самого «мозкового центру», так і його співробітників. Наприклад, Інститут Брукінгса та Фонд «Спадщина» мають власні телевізійні студії [8].

5) Соціальні мережі. На сьогоднішній день соціальні мережі є дієвим засобом поширення інформації. Вони не тільки забезпечують платформу для спілкування, а й допомагають відстежувати власну аудиторію. Кількість читачів, вподобань, репостів, коментарів та їхні якісні характеристики допомагають проаналізувати реакцію читачів на те чи інше повідомлення, дослідження, подію чи конкретну особу. Таким способом відслідковується популярність власної сторінки, сайту чи організації в межах конкретної мережевої спільноти. Більшість провідних американських "think tanks" мають публічні сторінки, мікроблоги в соціальних мережах, таких як Facebook, LinkedIn та Twitter, а також їхні відеоматеріали можна знайти на YouTube.

Так, більшість провідних співробітників Інституту Брукінгса пишуть невеликі пости (500–800 слів) в блогах щодо їхніх програм із метою привернення уваги ЗМІ та залучення до обговорення аудиторії читачів. Це дає змогу експертам швидко відреагувати на поточні проблеми та тенденції.

Дослідницький центр П'ю має власний "Fact Tank", так звану платформу в реальному часі, призначену для пошуку новин в цифрах. Створений в середині 2013 року як частина унікального бренду Центру – журналістики даних, "Fact Tank" поєднує точні дослідження та якісну подачу інформації для того, щоб читачі мали змогу краще зрозуміти тенденції національного та глобального розвитку. Блог містить актуальні та інтерактивні дослідницькі статті, об'єм яких не перевищує 1 000 слів. "Fact Tank" також містить додаткові посилання для зацікавлених в методології та детальнішій інформації. Аудиторія Дослідницького центру П'ю на Твіттері має більше 44 000 осіб [2].

Використання ЗМІ, в тому числі і робота із соціальними мережами, займає значне місце в діяльності «мозкових центрів». Так відбувається комунікація із лідерами громадської думки, політичними діячами, потенційними замовниками та суспільством в цілому. Сучасні технології дають змогу не тільки ознайомитися із дослідженнями аналітичних центрів, а й взяти участь у їх обговоренні, що, у свою чергу, сприяє приверненню уваги до конкретних питань та, відповідно, популяризації самого центру.

Отже, тенденції сьогодення в діяльності «мозкових центрів» є багатомірними, націленими на виконання цілої низки завдань, що особливо явно простежується серед американських "think tanks". Крім основних завдань «мозкових центрів»: створення суспільно корисного знання та забезпечення потріб-

ною інформацією політичну, ділову еліту та громадськість в цілому, їхня діяльність спрямована на поширення власних досліджень, що нерозривно пов'язано з використанням засобів масової комунікації. Однією із сучасних тенденцій в цьому напрямі є створення власних сторінок в соціальних мережах та ведення співробітниками центрів власних блогів, що стає платформою для налагодження діалогу між аналітичним центром та його аудиторією. Провідні «мозкові центри» США активно співпрацюють з вищими посадовими особами та використовують офіційні канали для оприлюднення власних досліджень та ідей.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Haass R.N. Think tanks and U. S. Foreign policy: a policy-makers perspective / R.N. Haass // US Foreign Policy Agenda. – 2002. – Vol.7. – No 3. – P. 46. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://guangzhou.usembassy-china.org.cn/uploads/images/QHGRpr9ArKtq bselUI05Q/ijpe1102.pdf>.
2. McGann J.G. 2015 Global Go To Think Tank Index Report / J.G. McGann / Think tanks and civil societies program, International relation program, University of Pennsylvania. – 2016 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://repository.upenn.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1009&context=think_tanks.
3. McGann J.G. 2014 Global Go To Think Tank Index Report / J.G. McGann/ Think tanks and civil societies program, International relation program, University of Pennsylvania/ Director J. G. McGann. – 2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://repository.upenn.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1008&context=think_tanks.
4. Погорська І. Неурядові організації в зовнішній політиці США / І. Погорська // журнал Верховної Ради України «Віче». – 2008 [Електронний ресурс] Режим доступу : <http://www.viche.info/journal/861>.
5. Горбатенко В. Фабрики думок і розвиток соціальної інженерії / В. П. Горбатенко, І. І. Петренко // Стратегічні пріоритети. – 2009 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://old.niss.gov.ua/book/StrPryor/SpPrior_13/2.pdf.
6. Мирзаян Г. Мозговые центры и процесс принятия решений в США / Г. Мирзаян // Россия и Америка в XXI веке. – 2011 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.rusus.ru/?act=read&id=301#_ftn2.
7. Ржевська Н. Політичний аналіз та стратегічне прогнозування в США: інституційний вимір / Н. Ржевська. – Дрогобич : Коло, 2012. – 255 с.
8. McGann J.G. Think Tanks and Policy Advice in The US / J.G. McGann . – 2005 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.kas.de/wf/doc/kas_7042-544-1-30.pdf.