

А.В.Гребенникова

ЦЕНТРЫ ПОЛИТИЧЕСКОГО КОНСУЛЬТИРОВАНИЯ В ЗЕРКАЛЕ ПРЕССЫ

(по материалам пяти ведущих
центральных газет России)



Современные избирательные кампании уже не мыслимы без участия политических консультантов. Каково же место центров политического консультирования в политической жизни сегодняшней России, как они воспринимаются общественным сознанием?

В настоящей статье предлагается один из возможных подходов к ответу на эти вопросы. Используя результаты контент-анализа пяти центральных газет («Известия», «Коммерсантъ-Daily», «Независимая газета», «Российская газета» и «Сегодня»), я попыталась определить отношение к центрам политического консультирования (ЦПК) печатных СМИ. Методика исследования включала в себя анализ структуры текста (выделение объекта статьи, степени оценочности), а также его содержания (информационный повод, упоминаемые лица и организации).

* * *

В течение 1998 г. в пяти рассматриваемых газетах были опубликованы 29 статей, в которых упоминались организации, работающие в сфере PR, политического консалтинга и выборов технологий.

В газете «Известия» максимальное число упоминаний пришлось на сентябрь. Большинство из них были так или иначе связаны с правительственным кризисом и предстоящими выборами в ряде субъектов Федерации. Можно предположить, что возросший интерес «Известий» к ЦПК был обусловлен заметной активизацией деятельности последних в связи с упомянутыми выше событиями.

Примечательным представляется и тот факт, что 55% опубликованных в «Известиях» статей с упоминанием ЦПК (6 из 11) были помещены на первой полосе. Это показывает, что таким материалам придавалось большое значение, возможно, по причине их злободневности.

События, о которых шла речь в опубликованных в «Известиях» статьях с упоминанием ЦПК, в 5 случаях происходили в федеральном центре, в 3 случаях – в регионах и в оставшихся 3 случаях – и в центре, и в регионах.

Таблица 1 Центры политического консультирования, упоминавшиеся в 1998 г. в газете «Известия»

Название организации	Частота упоминания
Институт политических исследований	2
Информационно-экспертная группа «Панорама»	2
Независимый аналитический центр	1
Центр стратегического проектирования	1
Центр политических программ «Горбачев-фонд»	1
Центр политических технологий	1
Фонд содействия демократическим выборам	1
Центр прикладных избирательных технологий	1
Фонд «Политика»	1

Информационными поводами для появления статей служили:

- 1) политические события:
 - выборы (в Красноярском крае, в Башкортостане);
 - итоги голосования в Государственной думе по кандидатуре премьер-министра;
- 2) политические деятели:
 - «олигархи»;
 - кандидаты в премьер-министры;
 - Президент РФ;
 - парламент.

Приведенные данные показывают, что «Известия» связывают деятельность ЦПК главным образом с текущей политической ситуацией и анализом поступающей информации. Соответственно, в восприятии читателей газеты создается образ ЦПК как вторичных организаций, призванных лишь давать оценку различным событиям. Принимая во внимание, что подобные аналитические материалы можно найти во всех газетах, понятно, что читателю довольно сложно обрисовать себе все стороны деятельности ЦПК.

Следует также отметить, что в «Известиях» часто публикуются статьи руководителей ЦПК (В.Никонова, С.Маркова), которые выступают от своего имени. В результате происходит персонификация ЦПК, т.е. они становятся «центрами одного лица». Если учесть психологические составляющие процесса восприятия информации, то становится ясно, что в зависимости от личностного отношения к руководителю того или иного ЦПК формируется отношение и к организации в целом.

Завершая обзор материалов «Известий», стоит обратить внимание на характер оценок, которые даются упоминаемым в газете ЦПК в статьях. Из 11 статей 8 имеют нейтральный характер (т.е., излагая материал, авторы придерживаются его информационной составляющей). В оставшихся 3 случаях отношение к ЦПК неопределенное.

В отличие от «Известий», в газете «Сегодня» в 1998 г. ЦПК упоминались всего в одной статье.

Таблица 2 Центры политического консультирования, упоминавшиеся в 1998 г. в газете «Сегодня»

Название организации	Частота упоминания
Информационно-экспертная группа «Панорама»	1

Информационным поводом для статьи стала проблема олигархов в российской политике. Отношение со стороны авторов к информационно-экспертной группе «Панорама» и к проблемам, в связи с которыми она упомянута, подчеркнута нейтральное.

На основании приведенных данных можно сделать вывод, что в 1998 г. газета «Сегодня» не интересовалась деятельностью ЦПК и, соответственно, не прибегала к их помощи при анализе текущей ситуации и прогнозировании дальнейшего развития событий в стране.

В «Коммерсантъ-Daily» в 1998 г. ЦПК упомянуты в 14 статьях. Основная часть этих статей пришлась на первую половину года, что, вероятно, связано с большим количеством прогнозов относительно развития ситуации после правительственного кризиса марта - апреля. А отсутствие подобных публикаций во время сентябрьского кризиса, скорее всего, обусловлено тем, что прежний опыт использования аналитических материалов ЦПК не привел к формированию интереса и

Таблица 3 Центры политического консультирования, упоминавшиеся в 1998 г. в газете «Коммерсантъ-Daily»

Название организации	Частота упоминания
PR-Center	3
Российский независимый институт социальных и национальных проблем	1
PR-Agency	1
Никколо М	1
Центр политических технологий	1
PR-фирма «Новоком»	1
Бюро общественных связей «Союз»	1
Центр «ПЭКОМ» (Политика. Экономика. Маркетинг)	1
«Имиджленд PR»	1
«Тайный советник»	1
Фонд «Политика»	1
«Михайлов и партнеры»	1

доверия газеты к консалтинговым центрам. О том, что это издание не считает их деятельность важным фактором общественно-политической жизни страны, говорит и тот факт, что только 2 статьи с упоминанием ЦПК были помещены на первой полосе.

Основным информационным поводом для появления статей служила ситуация вокруг имен и действий известных в тех или иных кругах людей (олигархов, ведущих политиков). Таким образом, уже по самому своему содержанию материалы не предполагали оценки деятельности центров консультирования, а лишь упоминали о них в качестве источников мнения. Как и в других анализируемых изданиях, статьи имели подчеркнуто нейтральный (описательный) характер либо являлись сугубо информативными (не содержащими никакой оценки).

Исключением из всей анализируемой выборки оказалась опубликованная в январе 1998 г. статья о семинаре имиджмейкеров, в которой, помимо информации о прошедшем семинаре, приводились мнения относительно политического развития России в наступившем году. В этой статье, непосредственно посвященной ЦПК, не только содержалась оценка их деятельности, но и (до некоторой степени) раскрывалось их место в общественной жизни страны.

Особенностью «Независимой газеты» можно считать то обстоятельство, что основную часть публикаций, так или иначе отражавших позиции аналитических и консалтинговых структур, составили рейтинги популярности политиков России, Украины, Белоруссии и Молдовы (44 статьи). Материалов же, в которых упоминались непосредственно ЦПК, было только три (в одном из них назывались три ЦПК).

Таблица 4 Центры политического консультирования, упоминавшиеся в 1998 г. в «Независимой газете»

Название организации	Частота упоминания
Российский независимый институт социальных и национальных проблем	1
Фонд «ИНДЕМ»	1
Центр политических технологий	1
Фонд «Политика»	1
Киевский центр политических исследований и конфликтологии	1

Информационным поводом для появления этих статей были итоги 1998 г. и начало неофициальной предвыборной борьбы в стране. Как и в других изданиях, публикации имели нейтральный характер и не содержали оценок действий ЦПК, которые выступали лишь в качестве носителей мнений по конкретным вопросам. Показательно также, что ни одна из статей не была опубликована на первой полосе.

Не исключено, что подобное отсутствие материалов о ЦПК в издании, пользующемся значительным авторитетом в деловых и политических кругах, связано с малой публичной активностью центров.

Если в рассмотренных выше изданиях все же встречались упоминания о ЦПК, то в «Российской газете» их нет вообще. Такое положение вещей объясняется, по-видимому, тем, что газета ориентируется на правительственные источники информации. Естественно, тот факт, что в ней не нет никаких упоминаний о консалтинговых центрах, не является показателем отсутствия у правительства контактов с ними. Речь идет о формировании у читательской аудитории представления о том, что политическая сфера – вотчина профессиональных политиков и что каждый шаг в большой политике имеет серьезные последствия.

* * *

Исследование показало, что интерес прессы к деятельности ЦПК пробуждается исключительно в связи с конкретными событиями, вызывающими большой общественный резонанс или имеющими кризисный характер. В результате центры политического консультирования не связываются в общественном сознании со сферой «обслуживания» политики.

Несмотря на относительно частое упоминание ЦПК в прессе, поле их деятельности остается во многом размытым для читателя. Практически полное отсутствие публикаций, которые бы знакомили аудиторию с целями и задачами консалтинговых центров, мешает формированию доверия к ним, что, соответственно, отражается на отношении к издаваемым ими материалам.

Слабое внимание прессы к ЦПК, по-видимому, частично объясняется тем, что сами эти центры не проявляют особой заинтересованности в контактах с прессой. Специфика деятельности консалтинговых центров, их ориентация на личные связи, на персональную работу с конкретным клиентом (не требующую, а то и не допускающую широкой гласности) порождают у них иллюзию, что для формирования имиджа им не требуются посредники. Следствием подобного пренебрежения СМИ может стать закрепление в массовом сознании того крайне негативного отношения к политическому консультированию как таковому, которое уже начало складываться в обществе, в частности, под влиянием скандала, связанного с применением «грязных» методов в ходе кампании по выборам в Законодательное Собрание Санкт-Петербурга.