

N E W S

OF THE NATIONAL ACADEMY OF SCIENCES OF THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN
SERIES OF SOCIAL AND HUMAN SCIENCES

ISSN 2224-5294

Volume 5, Number 303 (2015), 71 – 76

UDC 32.019.52

Political consulting: essence and main technologies

M.O. Nassimov

e-mail: nasimov_m@mail.ru

University «Bolashak», Kyzylorda, Kazakhstan

Key words: strategic consultation, polls, speechwriting, image making, Spin doctoring, media planning of political advertising and organization of pre-election actions, fundraising.

Abstract. Counseling, or as we like to call it in today's society Consulting occupies a special position in the social, political, and cultural and social structure. Every day a person is associated with overcoming a variety of organizational, psychological, moral, and other difficulties. Therefore, the life of modern humanity depends on many factors and is not at all simple. The article seeks to contribute to the development and further development of theoretical and conceptual foundations of political consulting.

Consulting provides opinions, advice and thinking problems together. Certain types of consulting services include: consultation on biotechnology; consultation on management, medical consultation, environmental consulting, counseling skills; consultation privileges, human resources consulting, information consulting, information technology consultation, the executive consulting, political consulting, public consultation, consultation, and so the test etc.

In this article investigated essence of political consulting and its main technologies. Political Consulting suggests a particularly high textual and analytical competence, as well as relevant academic qualifications. Political consultations intensive mediator between science and political practice. Strategic and operational concepts formulated on the basis of empirical and scientific analysis of the political field. Political consulting is thus based on knowledge of the state strategy, design, implementation, coordination and evaluation of policy programs.

УДК 32.019.52

Саяси консалтинг: мәні және негізгі технологиялары

М.О. Насимов

e-mail: nasimov_m@mail.ru

«Болашақ» университеті, Қызылорда, Қазақстан

Кілт сөздер: стратегиялық кеңес беру; қоғамдық пікір сұрастыру; спичрайтинг; имиджмейкинг; спин-докторинг; саяси жарнаманы медиажоспарлау мен сайлауды шараларды ұйымдастыру; фандрайзинг.

Аннотация. Кеңес беру немесе заманауи қоғамда консалтинг деп аталып жүрген түсінік қоғамның әлеуметтік, саяси, мәдени өмірі мен құрылымында ерекше мәнге ие. Адамның әрбір күні түрлі ұйымдастырушылық, психологиялық, моральдық және басқа да қыыншылықтарға толы. Сондықтан казіргі таңдағы адамзаттың өмірі курделі және көптеген факторлармен тығыз байланысты.

Консалтинг пікір, кеңес және мәселені шешу жолдарын бірге іздестіруді қамтамасыз ететін түсінік. Консалтингтың мынадай түрлері бар: биотехнология бойынша кеңес беру; менеджмент бойынша кеңес беру; медициналық кеңес беру; экологиялық кеңес беру; қабілеттілік бойынша кеңес беру; артықшылықтар бойынша кеңес беру; адамзат ресурстары бойынша кеңес беру; аппараттық кеңес беру; аппараттық технологиялар бойынша кеңес беру; атқару қызметі бойынша кеңес беру; саяси кеңес беру; қоғамдық кеңес беру; сынақ бойынша кеңес беру және т.б.

Берілген макалада саяси консалтингтың мәні мен оның негізгі технологиялары зерттеледі. Саяси консалтинг ерекше жоғары мәтіндік және сарапшылық құзіреттілікпен қатар, академиялық біліктілікте талап етеді. Саяси кеңес беру ғылым мен саяси тәжірибе арасындағы қарқынды дәнекерші. Стратегиялық және оперативті тұжырымдалар саяси кеңістіктің әмпирикалық және ғылыми талдауының негіздеріне сүйенеді. Сондықтан саяси консалтинг мемлекеттік стратегияны білу, дайындау, жүзеге асыру, үйлестіру және саяси бағдарламаларды бағалауға негізделеді.

Ұғым XX ғасырларда батыстан енгендіктен, оның кеңес беру түсінігі баршамызға баяғыдан белгілі. Мәселен, С.И. Ожеговтың «Орыс тілінің сөздігі» еңбегінде: «1. Кез келген іс жөніндегі мамандардың кеңесуі. 2. Мамандарға берілетін кеңес. 3. Осындаі кеңес беретін үйим. 4. Оқушыларға пәнді игеруге беретін ұстаздың көмегі» [1], - деп жазылған.

Қазақ тілінің түсіндірме сөздігінде: «1. Белгілі бір мәселеге байланысты мамандардың жиналысы. 2. Белгілі бір маманның тарапынан берілетін кеңес. 3. Кеңес беретін мекеме. 4. Тақырыпты ұғындыру үшін мұғалімнің оқушыға көмек көрсетуі» [2], - деп жазылған.

Үлкен Совет Энциклопедиясында оның оку, медициналық, құқықтық түрлерінің бар екендігі баяндалады [3] және Қазақ Совет Энциклопедиясы Бас редакциясының ұсынған төмендегідей анықтамалары өзара сәйкес келеді: «Консультация (лат. consultatio, consulto – кеңесемін, талқылаймын, қамқоршы боламын) 1) қандай болмасын бір мәселе жөніндегі маманның кеңесі, оқытушылардың оқушыларға, студенттерге емтиханға дайындық көзіндегі көмегі; 2) бір мәселе бойынша мамандар кеңесі; 3) белгілі практикалық мәселе жөнінен мамандар кеңесі арқылы халықта көмек беретін мекеме» [4].

«Қазақстан» ұлттық энциклопедиясында бұл ұғым консалтинг (ағыл. consult – кеңесу, кеңес құру, назар аудару) деп беріледі және мынадай анықтама ұсынылады: «шаруашылықты басқарушыларға және түрлі ұйымдардың басқарушы қызметкерлеріне кәсіби көмек көрсету, кеңес беру, оқыту» [5].

Бұгінде кеңес беру қызметінің мынадай кең тараған түрлері бар: салық салу мен заң қызметі салалары бойынша кеңес беру; аудит, бухгалтерлік есеп, тексеру қызметі; басқару саласындағы кеңес беру; IT-консалтинг; саяси консалтинг.

Саяси консалтинг саласының негізгі бағыттары ретінде билік жүргізуге қатысты жоспарлау, ұйымдастыру және оны өткізу жұмыстары болып табылады. Бұл саяси жобаларды дайындау мен үйлестірудің кезеңдік кеңес беруді зерттейтін ғылым саласы.

«Саяси консалтинг» ұғымы бізге батыс саяси ғылымдарынан еніп, бір жақты түсіндірмесі ұсынылmasa да, Қазақстан Республикасының саяси тәжірибесінде белсенді түрде пайдаланылады.

Қазақстанның саясаттанулық сөздігі бойынша: «саяси консалтинг – pragmatikaлық және технологиялық түрде ықпал ететін өзіндік технологиялық және тәртіптік жүйесі бар өндіріс» [6], - деп айтылған.

Американдық маман Д. Ниммо пікірінше, бұл түсінік сайлау науқаның ұйымдастыруымен өзара байланысты. Саяси процестің технологиялық орындалуының сахранық көрінісі көпшілік баяндамалар, бұқаралық ақпарат құралдары арқылы суреттелетін барлық іс-шаралардың жиынтығын құрайды. Бірақ осы саясаткерлер құмылдарын ұйымдастырумен қазіргі заманғы саяси технологияларды игерген дарынды, зерделі кеңес берушілердің ұйымдастырушылық қызметімен байланысты [7].

Ресейлік ғалым О.А. Матвейчевтің пайымдауынша, саяси кеңесші халық пен саясаткер арасындағы көмекші. Көп жағдайда ол саясаткерді халықтың қабылдауына қарай бейнесін жасайды [8].

Ресейлік ғалымдар А.П. Ситников пен Е.Г. Морозова саяси кеңес беру ұғымына төмендегідей сипаттама береді: «Әр науқандық ақпараттың, үгіт-насихаттың, доктриналардың қызметі негізінде жүзеге асырылатын жоғары технологияларды саяси науқандарды интеллектуалды және ұйымдастырушылық қамтамасыз етудің кәсіби қызметі» [9].

Саяси менеджментті зерттеуші танымал Ресей ғалымы Г.В. Пушкирева саяси кеңес беруді «саясаткерлердің нақты саяси міндеттерді шешуде тәжірибелі көмек берудің процесі», - деп түсінеді [10].

Ал В.Э. Гончаров саяси консалтингты сайлау науқаны технологиялары салаларындағы ақы төленетін қызмет түрі ретінде қарастырады [11].

Сондықтан саяси консалтингтың негізгі қызметтері: белгілі бір саяси құбылыстарды айқындастын әлеуметтік зерттеулерді ұйымдастыру және өткізу; әлеуметтік-саяси жағдайлар диагностикасы; нақты әлеуметтік-демографиялық топтар өкілдерінің құндылық ұстанымдарының ерекшеліктерін зерттеу; түрлі мониторингтерді ұйымдастыру мен өткізу; сайлауды науқанды ұйымдастыру және өткізу; сайлауды жағдайға сараптама; кандидаттың сайлау науқанының стратегиясын дайындау; сайлау штабын құру, қызметін қалыптастыру және аймактық штаб жүйесі жөнінде кеңес беру; бұқаралық

ақпарат құралдарымен жұмысты ұйымдастыру; үгіт-насихат, ақпараттық және жарнамалық материалдарды дайындау; кандидат имиджін қалыптастыру жұмысына кеңес беру; кандидаттарды сайлаушылармен кездесу шарасын ұйымдастыру; арнайы жобалар бойынша жұмыс (контрпропаганда, өсек жүйесі, дезинформация, event-шара - дайындау және еткізу).

Осы себептерге байланысты, саяси консалтингтің жұмыс тәртібі мынадай негізгі технологияларға сүйенеді: стратегиялық кеңес беру; қоғамдық пікір сұрастыру; спичрайтинг; имиджмейкинг; спин-докторинг; саяси жарнаманы медиажоспарлау мен сайлауды шараларды ұйымдастыру; фандрайзинг.

Стратегиялық кеңес беру. Стратегия түсінігі адамзат қызметінің түрлі салаларында жиі қолданылатын ұғым. Саяси қимылдардың жетістігі мен тиімділігі мемлекеттің қабылдаған даму стратегиясымен тығыз байланысты. Соныңтан мемлекеттің мақсаты және оған жетудің жолдары көрсетілген ұзақмерзімді шешімдер жиынтығы қоғам мүшелеріне түсінікті болғаны азбал.

Стратегия теориялық және практикалық тәжірибелі негізін айқындайтын көрсеткіш. Сонымен бірге, мемлекет стратегиясы белгілі бір тарихи даму кезеңіндегі әлеуметтік топ күштері балансының өзгерістері бағыттарын анықтайды. Стратегиялық міндеттер арқылы мемлекет қоғамдық тәртіпті қолдайды, азаматтар қызметін реттейді және жеке ұсыныстардың дамуына шарттар қалайды, қауіпсіздігін қорғайды, қоғамдағы адамтершілік бағыттарының дамуына эсер етеді. Егер мемлекет стратегиясы халықтардың бірігуіне, дамуына және өркендеуіне ықпал етсе, ұлттық құндылықтарды иеленетін анық. Атальыш феноменнің негізі мемлекет саналатындықтан, әлемдік қауымдастықтың орнын анықтайтын халықаралық қатынастар мен қоғамның әлеуметтік-саяси, экономикалық көрсеткішін танытатын ішкі саясатта қолданылуы ерекшелігін танытады. Замануи әлемдік саясаттағы өзгерістер оның мәні мен жетістіктерін ұғыну қажеттілігін туындағып отыр.

Мемлекет стратегиясы елдің маңызды ұлттық мұдделері және қоршаған ортадағы өзара қатынастар жолдарын қамтамасыз ету құралдарының тұжырымдамалық әдістері жүйесін біріктіреді. Стратегияның «сөзүлетшілері» мен инженерлері өз ойларын терендетіп, қажетті қаржылық және материалдық ресурстарын айқындағып, жұмыс жоспарын құрады [12].

Сонымен қатар, жылдар өткен сайын саяси консалтингте саяси имидждерді алға жылжыту және саяси науқандардағы кандидаттар мұдделерін танытуды өрістету мақсатындағы стратегияларға ерекше мән беріліп жатқандығы байқалады.

Қоғамдық пікір сұрастыру. Саясаттағы қоғамдық пікір сұрастыру саяси сахнадағы процестердің орнын анықтауға мүмкіндік береді. Бұгінгі таңда қоғамдық пікірді анықтау саяси қимылдардың барлық салаларын қамтыды десек те болады. Сұрастырудың қарапайым түрі саналатын сауалнама арқылы ел азаматтарының билік пен саясаткерлерге немесе қазіргі заманың өзекті мәселелеріне байланысты көзқарастары мен қатынастарын айқындауға болады.

Бұгінде қоғамдық пікірді анықтауда негізгі қурал болып ғаламтор, оның ішінде әлеуметтік желілер саналады. Отандық әлеуметтік желілер арқылы саяси сахна кейіпкерлерінің құлкіге айналған сәттері жетерлік. Мәселен, бұрынғы Қазақстан Республикасы Еңбек және халықты әлеуметтік корғау министрі С.С.Әбденов 2013 жылдың Қазнеттің жарық жүлдізына айналды.

2015 жылы «Әліби ісі» деген атпен танымал оқиға басталғанда отандастарымыз жәбірленуші Ә. Жұмағұловқа қолдау білдірсе (*Қараңыз: Казахстанцы объединяются в поддержку Алиби Жумагулова и против Кайрата Жамалиева; дерек көзі: <http://tv7.kz/ru/video/show/10671>*), кейін халық көзқарасы өзгеріп, жауапқа тартылуышы К. Жамалиевке қолдау білдіре бастады (*Қараңыз: В интернете началась кампания в поддержку Кайрата Жамалиева; дерек көзі: <http://dixinews.kz/articles/zhan/15680/>*). Демек, қоғамдық пікірді әлеуметтік желілер арқылы анықтауға болады және құнделікті желідегі өзекті ақпараттарды бақылауға алып отыру қажет.

Әлеуметтік желілердегі қоғамдық пікір қалыптастырудың ақпараттарды сараптай келе, басты тақырыптар мыналар деген шешімге келдік: қоғамдық қауіпсіздік мәселелері (полиция қызметкерлері мен азаматтар арасындағы түсініспеушіліктерді желіге қою, соңғы кезде көбейіп кеткен педофилдер, өзгениң жеке бас бостандығын сыйламау, көмелеткес толмағандарға қарсы қылмыстар және т.б.); қоғамдық этикалық құндылықтар мәселелері (суицид, жат қылыштарға, құмар ойындарға бағыныштылық, тұлғаға қарсы зорлық-зомбылық көріністері, жағымсыз кейіпкерлер қалыптастыру); педагогикалық мәселелер (мектеп мұғалімдері мен оқушылар

арасындағы қарым-қатынас, ҰБТ кезіндегі сенсациялық жаңалықтар мен құлық-сұмдықтарды ақпараттандыру, мектеп бітірушілердің тест жауаптарын таратуы).

Спичрайтинг. Жұрт алдында сөйленетін сөздер мәтінін көсібі түрғыдан жазу маңызды болып табылады. Алғашында PR-мәтіндерді дайындау және жазу технологиялары деңгейінде пайда болған кәсіп түрін пайдалану елімізге келгенде ерсі көрінді. Басшы сөзі көмекшілері арқылы дайындалатынын халық білгенімен, ұйым әкімшілігі ашық түрде жариялауга жол бермейтін еді.

Спичрайтинг негіздерін толықтай иелену үшін адам мінез-құлқы мен манипуляциялау тәсілдері дағдыларын игеру қажет. Лингвистика, риторика, психология, жарнама туралы қалыптастасқан түсініктер болған жағдайда ғана сәтті қадамдар жасалады.

Сөйленетін сөздерді дайындау үшін жүйені сақтай отырып, мынадай кезеңдер бойынша жұмыс жасалуы керек: дайындық; сұхбаттасу; зерттеу; сөйлеу мәтінін жазуды ұйымдастыру [13].

Имиджмейкинг. Саясаткер бейнесін қалыптастырудың элементтері мен қағидаларын қамтитын технологиялар жиынтығы болып табылатын имиджмейкинг жүзеге асырылуы тиіс көптеген міндеттерді орындауды. Халық саясаткердің келбеті мен бет-әлпеті, көпшілік алдындағы мінез-құлқы, бағдарламасына мән береді [14]. Сондықтан саяси бейне жасау барысында мамандар саясаткерді тәрбиелеуге мән бермей, саяси технологияларды пайдалану арқылы қоғам санасына ықпал жасауды көздейді.

Мемлекет имиджіне келер болсақ, бұл мемлекеттік жүйенің сипаттамалық белгілеріне ие өзара объективті байланыстар шегіндегі экономикалық, географиялық, ұлттық, демографиялық қарым-қатынастардың қешені. Ол әлеуметтік-экономикалық, қоғамдық-саяси, ұлттық-конфессиялық үрдістердің үдерістерін айқындауды. Мемлекет бейнесі сыртқы әлеммен байланыстар нәтижесіндегі әлемдік қоғамдастықтың санасында қабылдануының өзіндік көрсеткіші іспеттес.

Ақпараттық қоғам кеңістігінде имиджелогияның өзіндік ерекше орны бар. Мемлекет имиджін қалыптастыруға байланысты қойылатын талаптар қоғамдық өмірдегі ақпараттық технологиялардың өсуімен байланысты. Имидж толықтай ақпараттық өнімге айналды. Имиджеология – бұл имидждің қалыптасуы мен оны жүзеге асыру технологиялары мәселелерін зерттеуге әлеуметтану, психология, мәдениеттану, философия және саясаттану секілді ғылымдарды тоғыстырган теория. Ол – ақпараттық қоғамдағы мәдени шараларды жүзеге асырудағы маңызды қызмет атқаратын гуманитарлық технология. Мемлекет имиджі оның құрылымын құрайтын бірнеше элементтерден тұрады: демократия бейнесі; билік имиджі; ел экономикасының имиджі; Қарулы Күштерінің имиджі; сыртқы саясаттағы имидж; мемлекеттің ақпараттық саясат имиджі [15].

Спин-докторинг. Ұғым алғаш рет өткен ғасырдың 1984 жылы пайда болып, Р. Рейган мен У. Мондейл арасындағы пікірсайыс аяқталғаннан кейін пайда болды десек те болады. Пікірсайыс аяқталғаннан кейін онда айтылған тұжырымдарды журналистер қауымына сауатты сипаттайтын және талдайтын тәжірибелі қоғаммен байланыс мамандарының жаңа қызметі пайда болды [16].

Негізінен PR саласының аталмыш маманының «лас» технологиялар салдарынан болған оқиғаны кешенді жүйелі құралдар көмегімен жасалатын «жөндеу» жұмыстарын жүргізуіне қоғамда көзқарастар әртүрлі. Қоғамда туындаған мәселе бойынша жағымсыз жағдай жасамай тұрып, саяси технологтар дайындалып жатқан бағдарламаны жан-жақты қарастыруы қажет. Сондықтан «спин» қолданудың Д. Уоттс ұсынған бес түріне мән берген жөн: *спин-алды* – оқиға алдындағы дайындық; *спин-кейін* – оқиға барысын жаңданадыру; *спин-торнадо* – қоғам қызығушылықтарын басқа арнаға бұру әрекеті; *куйзелісті бақылау* – бақылаудан шыққан оқиғаны басқару; зақымдарды азайту – бақылаудан тыс қалған оқиғадан кейінгі зақымдарды алдын алу мақсатында құрылған басқару [17].

Саяси жарнаманы медиажоспарлау мен сайлауалды шараларды ұйымдастыру. Саяси жарнаманы өз мезгілінде беру және орналастыру маңызды технологиялық жоспарды қажет етеді. Саяси науқандағы медиажоспарлау коммерциялық жарнама секілді үш кезеңнен өтеді: 1) маркетинг пен жарнама қызметінің мақсаты айқындалады және тұжырымдалады. Мақсатты топ анықталады; 2) аудиторияны игеру туралы шешім қабылданып, қажетті жарнамалық байланыс саны нақтыланады; 3) медиаарналар мен медиакүрілғылар арасында салыстырмалы талдау жүргізіледі және жарнаманы орналастырудың нақты схемасы дайындалады [18].

Сайлауалды шараларды ұйымдастыру барысында үгіт-насихат түрлеріне ерекше назар аудару қажет. Барлық шаралар кешенін саяси жарнаманы медиажоспарлау бағдарламасына енгізген

дұрыс деп санаймыз. Сайлауалды шаралар жұмысын мынадай бағыттарға бөлген тиімді: сайлаушылармен кездесу; митингтер мен шерулер өткізу; БАҚ-тағы үгіт-насихат; Интернетте, оның ішінде әлеуметтік желілердегі үгіт-насихат (парапашалар, топтар құру, контекстті жарнама); қоғамдық орындарды сыртқы жарнамамен безендіру; концерттер, қайырымдылық акцияларын ұйымдастыру; көрнекі үгіт-насихат өнімдерін тарату; телефондық үгіт-насихат; енбек ұжымдары, оқу орындарының бастамашыл топтарымен жүздесу; ірі жиындарда сөз сөйлеу.

Фандрайзинг. Бүгінгі таңда маркетинг бизнес теориясы мен тәжірибесін біріктіретін құрделі құрылымды және көпжақты түсінікке айналды. Көпжылдық тәжірибе көрсеткендей, маркетинг саяси нарыққа үйлесімділікпен еніп, заманауи сайлау науқандарында маркетингтік теорияларды жүзеге асыруда. Бұл саясат пен бизнес арасындағы бір-біріне пайдалы байланыстың симбиоздық көрсеткіші.

Сайлау науқанына жұмсалған қаржы мен құралдар жетістік пен женіске әкеледі. Осы себептерге байланысты саяси фандрайзингтың қарқынды дамуы Батыс елдерінде байқалуда. Біздің елімізде саяси партиялардың сайлау науқанына қайырымдылық негізінде қаржы жинау жүргенімен, бұл қоғам назарында емес екендігі баршамызыға мәлім. Қаржы жинаудың бұл тәсілі ғаламтор желісінде ауқымды түрде дамып, Батыс елдеріндегі интернет-фандрайзинг нарықтың басымдығы мол құраушы бөлігі болып саналады [19]. Ресей саяси кенес беру үдерістерінде де интернет-фандрайзинг технологиялары қолданылады [20].

Өкінішке орай, заманауи саяси ғылымдардағы консалтингтың мәні мен негізгі технологияларын бір макала шенберінде сипаттау мүмкін емес. Бүгінгі Қазақстан Республикасы саяси консалтингі нарығының негізгі басымдығы ретінде саяси процестер мазмұнын терең талдау, саясаттағы негізгі ойыншылар қымылдарын модельдеу мүмкіндігі, оқиғаның дамуын болжау болып табылады. Біздің ойымызша, аталған тұжырымдар осы құбылыстың түрлі сипаттамалық феноменін айқындайды.

ӘДЕБИЕТТЕР

- [1] Ожегов С.И. Словарь русского языка // Под общей редакцией академика С.П. Обнорского. – 2-е издание, исправленное и дополненное. – М., 1952. – С. 255.
- [2] Қазақ тілінің түсіндірме сөздігі. – Алматы: Фылым, 1980. - 5 т. – 73 б.
- [3] Большая Советская Энциклопедия (В 30 томах) / Гл. Редактор А.М. Прохоров. – Изд. 3-е. – М.: Советская Энциклопедия, 1973. – Т. 13. – С. 58.
- [4] Қазақ Совет Энциклопедиясы / Бас редакторы М.К. Қаратаев. – Алматы: Қазақ Совет Энциклопедиясының Бас редакциясы, 1974. – 5 т. – 571 б.
- [5] Қазақстан. Үлттық энциклопедия. / Бас ред. Ә. Нысанбаев. – Алматы: «Қазақ энциклопедиясының» Бас редакциясы, 2002. – 4 т. – 634 б.
- [6] Казахстанская политологическая энциклопедия. / Главный редактор Т.Т. Мустафин. – Алматы, 1998. – С. 275.
- [7] Nimmo D. The Political Persuaders: the techniques of modern election campaigns // Transaction publishers. New Brunswick, New Jersey, 1999. – Р. 66.
- [8] Матвейчев О.А. Что такое политический консалтинг? Проблемы манипуляции / РАН. Урал. отд-ние. Ин-т философии и права; Отв.. ред. В.Б. Куликов. – М.: Ин-т учебника «Пайдейя», 1999. – 296 с.
- [9] Справочник по политическому консультированию //Под ред. проф. Д. Перлмэттерг. – М., 2002. – С. 9.
- [10] Пушкарева Г.В. Политический менеджмент. – М., 2002. – С. 366.
- [11] Гончаров В.Э. Политический консалтинг в России. Конец эпохи всемогущества //Полития. – 1999. - №2. – С. 40.
- [12] Насимов М.Ә. «Қазақстан-2050» Стратегиясы: өркендеу мен өрлеудің жаңа саяси бағыттары // «Стратегия Казахстан-2050»: долгосрочное устойчивое развитие и приоритеты дальнейшего развития партнерства с Россией: сборник материалов 2-ой Международной научно-практической конференции. – М.: представительство АО «Центр Международных программ» в РФ, 2013. – 345 б.
- [13] Сайтәл Ф.П. Современные паблик рилейшнз. - М.: Имидж-контакт, 2002. – С. 333.
- [14] Гринберг Т.Э. Политические технологии: ПР и реклама. - М., 2012. - С. 145.
- [15] Насимова Г.Ә., Насимов М.Ә., Сейсебаева Р.Б. Қазақстан Республикасы имиджін қалыптастырудығы саяси институттардың рөлі. – Алматы, 2011. – 7-9 66.
- [16] Safire W. Satire's New Political Dictionary. The Definitive Guide to the New Language of Politics, 3rd ed. - NY: Random House, 1993. – Р. 740-741.
- [17] Watts D. Political Communication Today. — Manchester University Press, 1997. - P. 121.
- [18] Ромат Е.В. Реклама. – М., 2008. – С. 274-278.
- [19] Mercer E. How Can We Use the Internet for Fundraising? [Electronic resource] URL: http://www.webbuilder.us/npo_faq.asp

[20] Журавлева Л.В. Технология интернет-фандрайзинга в российском политическом консультировании // Проблемный анализ и государственно-управленческое проектирование. – 2011. - №6. – Т. 4. – С. 40-44.

REFERENCES

- [1] Ozhegov S.I. Slovar russkogo yazyka. M., 1952. P. 255. (in Russ.).
- [2] Kazakh tilinin tusindirme sozdig. Almaty: Gylym, 1980. 5 t., P. 73. (in Kaz.).
- [3] Bolshaya Sovetskaya Entsiklopediya. M.: Sovetskaya Entsiklopediya, 1973. T. 13, P. 58. (in Russ.).
- [4] Kazakh Sovet Entsiklopediyasy. Almaty: Kazakh Soviet Entsiklopediyasyny Bas redaktsiyasy, 1974. 5 t., P. 571. (in Kaz.).
- [5] Kazakhstan. Ultyk entsiklopediya. Almaty: Kazaq entsiklopediyasyny Bas redaktsiyasy, 2002. 4 t., P. 634. (in Kaz.).
- [6] Kazakhstanskaya politologicheskaya entsiklopediya. Almaty, 1998. P. 275. (in Russ.).
- [7] Nimmo D. The Political Persuaders: the techniques of modern election campaigns. Transaction publishers. New Brunswick, New Jersey, 1999. P. 66. (in Eng.).
- [8] Matveychev O.A. Chto takoye politichesky konsalting? Problemy manipulyatsii. M.: Paydeyya, 1999. 296 p. (in Russ.).
- [9] Spravochnik po politicheskemu konsultirovaniyu. M., 2002. P. 9. (in Russ.).
- [10] Pushkareva G.V. Politichesky menedzhment. M., 2002. P. 366. (in Russ.).
- [11] Goncharov V.E. Politichesky konsalting v Rossii. Konets epokhi vsemogushchestva. Politiya, 1999, 2, P. 40. (in Russ.).
- [12] Nassimov M.O. «Kazakhstan-2050» Strategiyasy: orkendeu men orleudin zhana sayasi bagytary. «Strategiya Kazakhstan-2050»: dolgosrochnoye ustoychivoye razvitiye i prioritety dalneyshego razvitiya partnerstva s Rossiyey», sbornik materialov 2-oy Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii. M., 2013. P. 345. (in Kaz.).
- [13] Saytel F.P. Sovremennye publik rileyshny. M.: Imidzh-kontakt, 2002. P. 333. (in Russ.).
- [14] Grinberg T.E. Politicheskiye tekhnologii: PR i reklama. M., 2012. P. 145. (in Russ.).
- [15] Nassimova G.O., Nassimov M.O., Seysebayeva R.B. Kazakhstan Respublikasy imidzhin kalyptastyrudagy sayasi instituttardyn roli. Almaty, 2011. P. 7-9. (in Kaz.).
- [16] Safi re W. Satire's New Political Dictionary. The Definitive Guide to the New Language of Politics, 3rd ed. NY: Random House, 1993. P. 740-741. (in Eng.).
- [17] Watts D. Political Communication Today. Manchester University Press, 1997. P. 121. (in Eng.).
- [18] Romat Ye.V. Reklama. M., 2008. P. 274-278. (in Russ.).
- [19] Mercer E. How Can We Use the Internet for Fundraising? Electronic resource. URL: http://www.webbuilder.us/npo_faq.asp(in Eng.).
- [20] Zhuravleva L.V. Tekhnologiya internet-fandrayzinga v rossyskom politicheskem konsultirovaniyu. *Problemny analiz i gosudarstvenno-upravlencheskoye proyektirovaniye*, 2011, 6, T. 4, 40-44. (in Russ.).

ПОЛИТИЧЕСКИЙ КОНСАЛТИНГ: СУЩНОСТЬ И ОСНОВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

М.О. Насимов

e-mail: nasimov_m@mail.ru

Университет «Болапак», Кызылорда, Казахстан

Ключевые слова: стратегическое консультирование, опросы общественного мнения, спичрайтинг, имиджмейкинг, спин-докторинг, медиапланирование политической рекламы и организация предвыборных мероприятий, фандрайзинг.

Аннотация. Консультирование или как мы любим его называть в современном обществе консалтинг занимает особое положение в социальной, политической, культурной жизни и структуре общества. Каждый день человека сопряжена с преодолением различных организационных, психологических, моральных и других трудностей. Поэтому жизнь современного человечества зависит от множества факторов и является совсем не простой.

Консалтинг обеспечивает мнение, совет и размытие проблемы вместе. Определенные типы консалтинга включают: консультацию по биотехнологии; консультация по менеджменту; медицинская консультация; экологическая консультация; консультация способности; консультацию привилегии; консультация человеческих ресурсов; информационная консультация; консультацию информационной технологии; исполнительная консультация; политическая консультация; общественная консультация; консультацию испытания и т.д.

В данной статье исследуется сущность политического консалтинга и его основные технологии. Политический консалтинг предполагает особенно высокую текстовой и аналитической компетентности, а также соответствующих академических квалификаций. Политические консультации интенсивный посредник между наукой и политической практики. Стратегические и оперативные концепции сформулированы на основе эмпирических и научного анализа политического поля. Политический консалтинг таким образом, основана на знания государственной стратегии, разработки, реализации, координации и оценки политических программ.

Поступила 28.08.2015 г.