

East and West of Ukraine. The new government did not gain wide recognition in the Southeastern Ukraine, which led to seizure of regional administrations by pro-Russian protesters, supported by the local law enforcement authorities. Nevertheless, we consider that the abovementioned internal factors themselves could not have led to the military conflict. The Russian Federation viewed the Euromaidan and consequent government change as a threat to its geopolitical interests. As a result, both informational and military actions were taken in order to destabilize political, social and economic situation in Ukraine, as well as to prevent its possible integration with European Union and NATO. The Russian mass media carried out an extensive propaganda campaign, aimed on discrediting the Ukrainian government. Manipulative techniques were used in order to present the new Ukrainian authorities as "Nazi" and a threat to the Russian-speaking citizens. As the fear of Nazism is deeply rooted in the consciousness of the former USSR societies, this external informational influence, combined with the military force used by the Russian Federation, was a crucial factor leading to the annexation of Crimea and secession of the parts of Donetsk and Luhansk regions.

The vast majority of Ukrainian and foreign researchers agree that conflict in Southeastern Ukraine was caused by a mixture of both internal and external factors. Searching the ways to resolve the current conflict requires both recognizing and understanding the mistakes made by Ukrainian authorities in the identity politics in the past, as well as withstanding and overcoming the negative external informational influence.

Keywords: *conflict in Southeastern Ukraine, conflict factors, separatism, hybrid war*

УДК 327.2

Н.Ф. Ржевська

РЕЙТИНГОВА МОДЕЛЬ ЯК ФОРМА ОЦІНКИ АНАЛІТИЧНИХ ЦЕНТРІВ: ПРО ДЕЯКІ ІНДЕКСИ РЕЙТИНГУ

На ґрунті аналізу теоретичного та прикладного досвіду формування та розвитку встановлення результативності функціонування аналітичних центрів та визначення їхньої ефективності за допомогою щорічного Міжнародного рейтингу Пенсільванського університету професора Дж.МакГана, встановлено основну стратегічну ціль рейтингової моделі та окреслено значення деяких індексів рейтингу для формування іміджу аналітичного центру.

Ключові слова: *рейтингова модель, методологія рейтингу, індекс-рейтинг, аналітичні центри.*

У нинішньому столітті розвиток аналітичних центрів позначився особливими рисами, серед яких – зниження темпів їхнього створення. В багатьох країнах причиною цього є наростання ворожості між державними політичними структурами і регулюючими органами та аналітичними центрами і неурядовими організаціями. Незважаючи на це, аналітичні структури продовжують нарощувати свою значимість.

Окремі ідеї та концепти, спрямовані на теоретичне осмислення питань становлення аналітичної експертизи та оцінювання її ефективності представлені у працях зарубіжних та вітчизняних вчених, зокрема, О. Вальєвського, В. Горбатенка, В. Грановського, С. Дацюка, Ю. Калиновського, В. Ребкала, В. Романова, Ю. Сурміна, В. Тертички, Г. Щедрової. Та, вивчення цих аспектів не вирішує проблеми визначення специфіки впливу окремих індексів на оцінку рейтингової позиції аналітики в окремих

країнах та регіонах. Отже, зважаючи на конкретні факти зробимо спробу показати значимість деяких індексів у формуванні рейтингів аналітичних центрів.

У практичній політиці існує так звана «формула успіху» – поєднання здатності пропонувати реальну політику, високий експертний рівень і величезне бажання реалізувати збут своїх напрацювань. Ті, хто пропагують специфічну ідеологію на ідеологічному ринку, не маючи при цьому достатніх експертних знань для підкріплення своїх поглядів, навряд чи виживуть в жорсткому конкурентному полі, так само як і ті, що жертвують академічністю заради швидкого публічного визнання. Потрібно витримувати оптимальний баланс між науковцем і агресивною позицією торговця товаром, тоді будуть сформовані найкращі позиції в системі прийняття і реалізації політичних рішень [1, с. 90].

Сучасні аналітичні центри можна розглядати як ефективні об'єднання з підтримки комунікації між владою і громадянським суспільством, представництва по захисту суспільних інтересів, моніторингу дій влади, критичного аналізу та оцінки її рішень і формулювання альтернативних політичних пропозицій, перекладу політики на мову, доступну простим громадянам, і їх політичної просвіти.

У свою чергу, аналітичні центри дедалі частіше стають вирішальним феноменом, тому що відіграють дуже важливу роль у житті держави і громадянського суспільства, поєднуючи знання (академічну спільноту) і владу (політиків і політичне керівництво). У розвинених країнах і країнах, що розвиваються, державні органи та окремі політики зіштовхуються з проблемою залучення експертних порад під час прийняття рішень на державному рівні.

Всесвітній індекс-рейтинг аналітичних центрів є одним із інструментів оцінки діяльності та впливу аналітичних центрів, що в поєднанні з іншими механізмами використовується для виявлення та вивчення організацій, які досліджують проблеми державної політики. За допомогою рейтингів формуються стимули, подаються сигнали про зразки поведінки бажаних моделей організаційної структури.

Методологія рейтингу заснована на опитуванні декількох тисяч експертів із багатьох країн світу. Згідно до обраних критеріїв і оцінок експертів вибудовується світовий підсумковий рейтинг аналітичних центрів. Один із найвідоміших рейтингів аналітичних центрів – індекс-рейтинг інституту Лаудера, університету Пенсільванії, США, при створенні використовує багато показників маркування аналітичних центрів – від їх географічного розташування до тематики аналітичного продукту. Формуються вони завдяки аналізу так званих «індикаторів»: ресурсів, користі, обсягу наукової продукції та впливу.

На відміну від реалій десятирічної давнини, у сучасному світі одним із головних завдань аналітичних центрів є розповсюдження виробленої продукції та інформації про проведені дослідження. Колишній лозунг «досліджу, записуй, а ті, кому треба, знайдуть» не приживається до реалій сучасного світу. Наразі аналітичні центри мають не лише розробляти актуальні теми, але і вчасно доносити результати досліджень до політиків, журналістів, громадськості тощо [2]. Саме тому хотілося б виділити саме індекс «цитованості» та індекс «видимості» аналітичних центрів, що визначають частоту появи даних про аналітичні центри та їх продукцію в інформаційному полі країни.

Індекс цитованості – один з кількісних показників, завдяки якому можна виміряти впливовість прогнозного продукту аналітичних центрів. Він показує будь-яку згадку про центр в публікаціях протягом року.

Індекс «видимості» (visibility index) – показник, що ґрунтується на цитованості центру на шпальтах шести найвпливовіших газет національного рівня (з урахуванням тиражів або річного бюджету даного центру: circulation-weighted visibility index та budget-corrected visibility index) [3].

На індекс «видимості» впливають заходи, проведені протягом року з залученням експертів чи представників аналітичного центру. Це можуть бути круглі столи, конференції, зустрічі тощо. Дані показники є дещо схожими, тому пропонується об'єднати їх в одному розділі: результати їх дослідження описують впливовість аналітичних центрів в однаковій площині [4].

Вагомість обох індексів полягає в тому, що вони визначають чисельність аудиторії, до якої звертався аналітичний центр під час своєї діяльності. Чим більшою є аудиторія – тим ширше охоплюється громадськість та зростає можливість донесення власного бачення, ідей та рекомендацій із фахової тематики, питань внутрішньої та зовнішньої політики тощо. Це один зі шляхів формування думки і публічної політики, а також формування попиту на власні послуги.

Якщо звернутися до конкретних прикладів, то Індекс цитованості та індекс «видимості» найбільш вагомими є для аналітичних центрів такої країни як Швейцарія, де шляхом формування громадської думки створюється можливість напряму впливати на формування і прийняття політичних рішень. Завдяки прямій демократії та практиці прийняття консенсусних рішень, громадська думка конвертується у кількість голосів на референдумах з приводу того чи іншого питання. В свою чергу, результати референдумів напряму впливають на внесення поправок до законів та прийняття державних рішень (громадяни на референдумі можуть вирішувати питання входження до міжнародних об'єднань і, до слова, саме згідно волі народу, Швейцарія приєдналася до ООН). До того ж, проведення референдумів ініціюється лише народом. Під час факультативного референдуму, здебільшого, вирішуються питання підтримки тих чи інших проектів законів, ухвалених національним парламентом і парламентами кантонів. Також ці ж закони можуть бути скасовані за рішенням громади [5]. Це доволі тривала і складна процедура, тим не менш, саме в цій країні згадуваність та «видимість» аналітичних центрів має найбільшу впливовість.

Інша особливість швейцарських аналітичних центрів – спеціалізація на внутрішніх проблемах. Саме тому найбільші аналітичні структури Швейцарії доволі рідко потрапляють до світових рейтингів, таких як Всесвітній індекс-рейтинг аналітичних центрів, адже їх дослідження не носять глобальний характер [6; 7]. Все це пов'язано з особливим статусом Швейцарії в світі: її позаблоковістю, нейтралітетом та доволі високою консервативністю при прийнятті рішень. Тим не менш, стратегія не врахування глобальних проблем в своїй аналітиці себе виправдовує, бо аудиторією впливовості у процесі прийняття державного рішення у кінцевому варіанті є місцеве населення, для якого глобальні проблеми не такі цікаві. Тож швейцарські аналітичні центри, будучи непопулярними та мало відомими в світі, є доволі впливовими всередині своєї країни [2; 4].

Інший важливий аспект впливу індексів цитованості та видимості – формування відношення з боку засобів масової інформації. Хоча даний аспект менш важливий, ніж формування громадянської думки, бо імідж, створений аналітичним центром серед представників ЗМІ не має такого впливову на процес прийняття державного рішення. Такий вимір індексів може бути корисним для подальшого просування інформаційного продукту «мозкових центрів» та формування попиту на даний продукт. Ще впливовість серед засобів масової інформації може стати у нагоді при доволі розвиненій традиції проведення передвиборчих дебатів у країнах. Відомі політики можуть звертатися до не дуже помітних, проте не менш ефективних аналітичних структур, за порадою чи дослідженням. Та, це вже є питанням рівня політика та його зацікавленості в отриманні найбільш вагомої та корисної інформації.

Індекси цитованості та видимості, порівняно з іншими показниками, менш впливові у Великобританії. На відміну від англосаксонських, як в США, аналітичні

центри в цій країні належать до європейського типу і не є такими розвинутими та усталеними. Саме завдяки цьому вони відіграють значно меншу роль у суспільно-політичному житті своїх країн. Вони більше підпорядковуються різним політичним інституціям, таким як політичні партії та групи інтересів, і, зазвичай, впливають на процес прийняття політичних рішень опосередковано. Тим не менш, це не впливає на попит, яким користуються їх послуги.

Індекс цитованості та видимості – свого роду індикатори того, наскільки сталою є система прийняття рішень в державі і в якій мірі для неї вагомим є прогнозний продукт аналітичних центрів. У Індії, наприклад, рівень «видимості» аналітичних центрів вищий, ніж в досліджуваних країнах Західної Європи, і кількість «мозкових центрів» там стрімко зростає. Причиною цьому є велика кількість населення, яку необхідно охопити при розповсюдженні продукції. У Китаї – інша стратегія, яку радять переймати індійським колегам, щоб збільшити вплив на громадську думку, не скільки приділяти увагу індексу цитованості (через авторитарність держави, цей показник майже нівелюється в КНР), а відкривати філіали аналітичних центрів і не лише в мегаполісах, типу Нью-Делі.

Щодо Європи, то, наприклад, у Великобританії еволюція аналітичних центрів йде по шляху завоювання ними авторитету серед широкої громадськості, на протигагу апаратно-державній політиці. У той же час, специфічною рисою політичної культури цієї країни є те, що вагомим і ґрунтовнішим є місце саме державного апарату; останній повністю встиг відмежувати центральні органи влади від несанкціонованого проникнення нових ідей і програм. Тому аналітичні структури Великобританії зіштовхуються з жорсткішими, порівняно з США, фінансовими і політико-ідеологічними умовами функціонування. У зв'язку з цим помітнішим є вплив політичних течій у Великобританії [8].

Для Великобританії індекси цитованості та видимості важливі у контексті суперечок стосовно викривлення ролі аналітичних структур. Так, спостерігається тенденція щодо виконання «мозковими центрами» ролі лобістських організацій. Проте, представники більшості авторитетних аналітичних центрів не бажають змішування іміджовості з лобістськими структурами, бо цілковито відрізняються за своєю метою і суттю. Так, Благодійна Комісія (Charity Comission), що відповідає за регулювання некомерційних організацій, у 2011 році виключила один із «мозкових центрів» у зв'язку з тим, що останній виконував лише лобістські функції.

Індекси цитованості та видимості є актуальними ще з точки зору формування та підтримання іміджу аналітичних центрів серед громадськості. Зростання згадувань про аналітичні структури та їх продукцію допоможуть розмежувати уявлення про лобістські та аналітичні інститути. На політичні рішення у Великобританії це навряд чи вплине, але на сприйняття, імідж, а, отже, впливовість аналітичних структур в різних середовищах, політичному зокрема, вплине напевно.

Отже, індекси цитованості та видимості – важливі показники, завдяки яким визначається вплив на громадську думку і, як наслідок, формується імідж аналітичних центрів, а також створюється попит на продукцію. Це підштовхує представників партій та державних структур використовувати прогнозний продукт найбільш цитованих аналітичних центрів. Завдяки цьому зростає їхня впливовість як на громадськість, так і на процес прийняття державних рішень різного рівня.

Для оцінки впливу аналітичних центрів на процес прийняття політичних рішень використовують такий важливий параметр, як ресурси і стратегії аналітичних центрів. Він включає в себе наявність постійного штату дослідників (експертів), стратегічні цілі та завдання, що задекларовані аналітичним центром, а також галузь досліджень аналітичного центру та шляхи просування продукції [9].

Обидва показники доволі важливі для впливовості прогнозного продукту аналітичних центрів. Наявність експертів в галузі серед штату працівників аналітичної структури додає ваги прогнозованому продукту, та робить його більш очікуваним у порівнянні з іншими. До того ж, наявність експертів у штаті додає іміджевості самому аналітичному центру, що в майбутньому також впливатиме на вагомість виробленого прогнозного продукту.

Цей процес спостерігається і в зворотному напрямі: коли аналітичний центр або продукт робить іміджевість експертам, які його виробляють (до моменту, коли продукт стає відомим). Тобто, залучення експертів до діяльності аналітичних центрів – це двосторонній процес, що формує ставлення до виробленого прогнозного продукту та надає йому впливовості.

Показник стратегій аналітичних центрів включає в себе цілі та задачі, що ставляться перед структурою з моменту існування, а також галузь здійснення досліджень та підготовки прогнозного продукту. Чітке визначення та дотримання цих стратегій, яке по праву можна вважати вектором розвитку – це вагомий внесок на перспективу. Адже саме вони формують попит та зацікавленість продукцією структури, дають можливість аналітичному центру «зайняти нішу» експертності в певному питанні, а також надають результатам діяльності структури більшій впливовості.

У двох регіонах, що розглядаються, можемо спостерігати абсолютно різні ситуації щодо стану та розвитку інформаційно-аналітичного супроводу. В Західній Європі спостерігається так званий застій, – коли кількість аналітичних центрів майже не змінюється, їх взаємодія з органами державної влади стає більш традиційним елементом, майже незмінним з плином часу. Тому роль аналітичних центрів – фактично визначена. На противагу цьому, Азія, де за останні два роки кількість аналітичних структур зросла в декілька разів, що наочно видно на Табл.1, (авт. Р.Н.), де вказано кількість аналітичних центрів у країнах за різні роки та їх місце в індексі-рейтингу.

Табл. 1

Країна / Рік	2014		2015	
Китай	429	2	435	2
Великобританія	287	3	288	3
Індія	192	5	280	4
Швейцарія	71	15	73	15
	К-сть АЦ	Місце в рейтингу	К-сть АЦ	Місце в рейтингу

Особливістю азійського регіону з позиції існування і співпраці аналітичних центрів є саме кооперація між різними центрами, навіть країнами. Наприклад, Індія здебільшого відома аналітичними центрами з питань безпеки (в контексті конфлікту з Пакистаном) і веде стратегічну співпрацю з аналітичними центрами Китаю з тієї ж тематики.

Одним із показових та цікавих кейсів співпраці між аналітичними центрами в країнах – вирішення питання коридору Бангладеш-Китай-Індія-М'янма (ВСІМ). До речі, питання було вирішено саме завдяки діалогу та співпраці аналітичних центрів Китаю (Академії Юньнань) та «мозкових центрів» Індії [10].

Тобто, наразі з швидкими темпами росту кількості аналітичних центрів в Азії спостерігається процес виходу аналітичних структур на новий рівень значущості. Вони стають акторами, бо впливають не лише на прийняття внутрішньодержавних рішень, але і відіграють значну роль в кооперації між державами. По суті, на прикладі держав та аналітичних структур Азії можна спостерігати, як вони претендують стати такими ж акторами міжнародних відносин, як і ТНК та міжнародні організації.

Така кооперація між аналітичними центрами також допомагають самим країнам при завоюванні певної позиції в регіоні. Завдяки дослідженням регіональних проблем, розробкам шляхів їх вирішення та ефективним кейсам формується статус країн як регіональних центрів. Підтвердженням цього може бути укріплення діалогу Куньмін-Калькутта (який ще часто називають «К2К») завдяки існуванню Центру досліджень міжнародних відносин та розвитку, розташованого в Калькутті [11].

Подібні локальні діалоги призводять до поширення зв'язків на інші рівні (в випадку Індії-Китаю – на рівні міністрів індійських штатів та провінції Китаю) і, як наслідок, збільшення кооперації в галузі економіки.

Приклади Китаю та Індії також свідчать про тенденцію регіоналізації серед країн та їхніх структур. Обидві країни – з великою кількістю населення, із подібними проблемами та географічним розташуванням, тому в працях багатьох авторів з'являються ідеї про патернізацію аналітичних центрів Індії за прикладом Китаю. Наразі ті аналітичні структури, що були створені в Індії більше нагадують «мозкові центри» американського зразку. Враховуючи суттєву різницю між країнами, пропонується, за китайським зразком, створювати більше регіональних та локальних аналітичних структур (нині вони в основному розташовані в великих містах типу Нью-Делі), що дозволить аналітичним центрам більш ефективно виконувати свої функції [10].

Саме тому відхід від національних столиць формування та розвитку аналітичних центрів в цих державах – горизонт найближчого майбутнього, який, можливо, стане особливістю аналітичних структур у всього регіону.

Аналітичні структури Індії та Китаю у своїй еволюції почали, в першу чергу, реагувати на ключові задачі, що постануть на глобальному ринку ідей у майбутньому. А саме – нагальна необхідність розвивати партнерські відносини на державному, регіональному та глобальному рівнях, паралельно створюючи нові та інноваційні платформи для передачі своїх продуктів і послуг зростаючій кількості споживачів (громадяни, політичне керівництво та компанії у всьому світі [2]).

Щодо аналітичних центрів Західної Європи – ситуація відрізняється. Приклади Швейцарії та Великобританії говорять не про регіональні, а про місцеві, державні стратегії. Враховуючи устрій країн та усталені традиції, а також особливості – як-то позаблоковий статус Швейцарії чи особливе положення Великобританії в ЄС, враховуючи Brexit, аналітичні структури цих країн більше спеціалізуються на внутрішньодержавних проблемах та перспективах розвитку. Тим не менше, в індекс-рейтингу вже декілька років на позиціях лідера знаходиться британський Chatham House [2; 4].

І в швейцарських, і в британських аналітичних структурах, лідери експертного середовища є сталими. Звичайно, у Великобританії – це Chatham House, а в Швейцарії – Avenir Suisse. В першому випадку це – урядова структура, що логічно, з огляду на сильну інституціоналізацію влади в країні. В Швейцарії навпаки – незалежний центр, що саме і відіграє роль у формуванні його іміджу (завдяки незалежності та фінансуванню «ззовні» він має високі рейтинги та довіру серед населення). Іншого причиною є невелика кількість аналітичних структур в Швейцарії загалом [6; 7].

Завдяки такій сталій ситуації з аналітичними структурами, фахова та кадрова проблема для країн Західної Європи відсутня, чого не можна сказати про людський ресурс «мозкових центрів» Азії.

У КНР відсутній так званий механізм «обертових дверей» в аналітичних структурах. Якщо коротко, механізм «обертових дверей» (вважається, суто американським терміном) – притік висококваліфікованих спеціалістів із бізнесу на державні посади (існують навіть освітні програми, що дозволяють отримувати дві освіти – у профільній галузі та навички державного управління) і повернення їх назад.

Довший час в Китаї представники МЗС тільки після того, як виходили на пенсію, ставали працівниками аналітичних структур. Так, вони були спеціалістами в своїй галузі на момент, коли почали обіймати посаду, але чи відповідали їх навички та знання дійсним викликам нового часу – суперечливе питання. Отже, своєрідний приток експертів до аналітичних структур був присутній, та така модель – себе не виправдала, бо не забезпечувала аналітичним структурам достатній рівень притоку кваліфікованих кадрів із сучасною освітою, готових встигати за світовими тенденціями і готувати якісний аналітичний продукт. Такий стан речей не сприяє створенню експертного середовища чи підвищенню іміджевості. До того ж, це взагалі не впливає на впливовість продукту, бо по суті, аналітичні структури продовжували державну стратегію, і нові працівники були лише МЗС інструментами для цього. Так було доволі тривалий час, але поступово ситуація з фахівцями в китайських аналітичних центрах покращується [11].

Поточний стан ресурсів та стратегій аналітичних центрів досліджуваних регіонів свідчить про потребу в більшій спеціалізації структур. Ті аналітичні структури, що вже присутні в Великобританії та Швейцарії, заслужили свій авторитет та впливовість спеціалізацією з окремих питань. Враховуючи збільшення аналітичних центрів в Індії та Китаї, один зі шляхів позиціонування та підвищення впливовості їх прогнозного продукту – звуження спеціалізації. Це відповідає тим світовим тенденціям, що присутні в колі аналітиків [2]. Глибинне дослідження проблем, наявність профільних експертів у штаті аналітичних центрів допоможе сформуванню попиту на продукцію, позитивно вплине на імідж структури, і, як наслідок, зможе збільшити впливовість самого готового прогнозного продукту.

Досліджуючи аналітичні центри Азії можна спостерігати за новими світовими тенденціями, зокрема, зростанням їхньої кількості, локалізації та потребах в широкій спеціалізації. Щодо аналітичних структур Західної Європи, то стала ситуація в цьому регіоні дозволяє центрам випускати високоякісний продукт, на відміну від більшості азійських. Це можливо завдяки тому, що в аналітичних структурах будуть працювати висококваліфіковані спеціалісти, лідери продукування ідей та висококваліфіковані експерти.

Таким чином, система показників, за якою формується щорічний рейтинговий звіт «The Global Go To Think Tanks Index Reports by James McGann», розроблена, щоб служити каталізатором для дискусії про ефективні способи оцінки впливу аналітичних центрів.

Існуючий рейтинг створюється, в першу чергу, для порівняння місця в категоріях індекс-рейтингу аналітичних центрів з іншими організаціями та розробки нових можливостей задля внесення їх до тих категорій, де на даний момент вони відсутні.

Список використаної літератури

1. Гангжуров Ю. Законотворча діяльність як комунікативний процес / Ю. Гангжуров // Політичний менеджмент. – 2005. – № 2. – С. 89-102 ; Hanzhurov Yu. Zakonotvorcha diialnist yak komunikativnyi protses / Yu. Hanzhurov // Politychnyi menedzhment. – 2005. – № 2. – С. 89-102.

2. McGann J. G. 2014 Global Go To Think Tank Index Report [Electronic resource] / J.G. McGann 2014 Global Go To Think Tank Index Report. – Mode of access: http://repository.upenn.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1008&context=think_tanks

3. Глоба О. Є. Аналітичні центри як суб'єкти дослідження публічної політики : автореф. дис. ... канд. політ. наук: спец. 23.00.01 / О. Є. Глоба Аналітичні центри як суб'єкти дослідження публічної політики : автореф. дис. ... канд. політ. наук: спец. 23.00.01. – Дніпропетровськ, 2009. – 22 с. ; Hloba O. Ye. Analitichni tsentry yak subiekty doslidzhennia publichnoi polityky : avtoref. dys. ... kand. polit. nauk: spets. 23.00.01 /

O.Y. Hloba Analitichni tsenyri yak subiekty doslidzhennia publichnoi polityky: avtoref. dys. ... kand. polit. nauk: spets. 23.00.01. – Dnipropetrovsk, 2009. – 22 s.

4. McGann J. G. 2015 Global Go To Think Tank Index Report [Electronic resource] / J.G. McGann. 2015 Global Go To Think Tank Index Report – Mode of access: http://repository.upenn.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1009&context=think_tanks

5. Швейцарская политическая система [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.swissinfo.ch/rus/>; Shveysarskaya politicheskaya sistema [Elektronnyy resurs]. – Rezhim dostupa: <http://www.swissinfo.ch/rus/>

6. Avenir Suisse [Electronic resource]. – Mode of access : <http://www.avenirsuisse.ch/en/>

7. Eidgenössische Technische Hochschule Zürich [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.css.ethz.ch/en/>

8. Denham A. Influence without Responsibility? Think-Tanks in Britain / A. Denham, M. Garnett Influence without Responsibility? Think-Tanks in Britain // Parliamentary Affairs. – 1999. – Vol. 52. - Iss. 1. – P. 46-57

9. Kelstrup J. D. Think Tank Visibility in Policy Advisory Systems / J. D. Kelstrup Think Tank Visibility in Policy Advisory Systems // Paper presented at International Conference on Public Policy. - Milano, 2015. – 17 p.

10. McGann J. Chinese Think Tanks, Policy Advice and Global Governance [Electronic resource] / J. McGann Chinese Think Tanks, Policy Advice and Global Governance. – 2012. – Mode of access: <http://www.ictsd.org/downloads/2012/03/mcgann-rcpcb-21-think-tanks-march-2012.pdf>

11. Cheng Li China's New Think Tanks: Where Officials, Entrepreneurs, and Scholars Interact [Electronic resource] / Cheng Li // China Leadership Monitor. - 2009. - Issue 29. – Mode of access : <http://media.hoover.org/sites/default/files/documents/CLM29CL.pdf>

Стаття надійшла до редакції 10.12.2016 р.

N. Rzhevskaya

RATING MODEL AS FORM OF ANALYTIC CENTERS EVALUATING MARKS: ABOUT SOME RATING INDEXES

Guided by the results on the theoretic and practical experience of the formation, development and determination of the analytical centers functioning effectiveness, as well as, their effectiveness evaluation by means of the Global Go To Think Tanks Index Reports by James McGann, there has been determined the main strategical aim for the index model and described the meaning of some rating indexes for analytic center public image.

International analytic centers index rating is one of the tools for the analytic centers activities and influence evaluation that together with other mechanisms are used for the determination and research on the organizations that are doing the investigations about the state policy problems. Within the help of ratings there are determinations formed, as well as, signals given about the samples of the desired organizational structure models.

Rating methodology is based on the several hundreds experts opinion poll from many countries of the world. According to the mentioned above criteria and evaluation marks of the experts, there is a final rating produced for the expert analytical centers of all over the world.

One of the most famous analytic centers rates is the Joseph H. Lauder Institute in the USA one, so, in order to create such a rating, there is a need for the analytic centers marking indexes, from geographical replacement to the analytical product subject matter. They are formed by means of the so called “indicators”, in other words, recourses, number of the scientific production and influence as well.

Unlike the realities that existed about 10 years ago, one of the main tasks of the analytic centers in the modern world is the distribution of the ready production and information on the provided researches.

The index system of the annual rating report of the «The Global Go To Think Tanks Index Reports by James McGann» is developed as catalyst for the discussion about the efficient way of the analytic centers influence.

The current rating is made, first of all, for the comparison of the analytic centers place index-rating categories with another organizations and carrying out the new possibilities for taking them to those categories, where they are not present at the present time.

Key words: *rating model, rating methodology, index-rating, think tanks, analytical centers.*

УДК 323:321

О.А. Третяк

ІМПЛІКАТИВНІСТЬ ТА ПРЕДИКАТИВНІСТЬ ПОЛІТИЧНОЇ ІСТИНИ: МІЖ ТЕХНОЛОГІЗМОМ І ДИСКУРСИВНОЮ ОНТОЛОГІЄЮ

Вивчаються особливості тлумачення імплікативних й предикативних складників сучасної політичної істини, які визначається дискурсивними чинниками політичної онтології. Оцінено значення контексту політичної маніпуляції для розуміння значення персуазивної риторики. Характеризується роль суб'єктивної імплікативної природи політичної істини як чинника демонстрації латентного атрибутивного суб'єктивізму у практиці наукового політологічного пізнання.

Ключові слова: *політична істина, політична епістемологія, суб'єктивність, демократія, політичний дискурс.*

Імплікативність природи політичної істини актуалізується в контексті основних напрямків політичного розвитку сучасного суспільства. Набуття політичними технологіями самостійного статусу чинників творення сучасної реальності, зміни масової поведінки, розкриває процес перетворення політичної істини на результат певних стандартних дій з кон'юнктурного, або ситуативного визначеною метою. Водночас політична теорія, яка відповідає за цілісність політологічного наукового знання, покликана визначити межі науковості й постановки проблем політологічного дослідного пошуку. У зв'язку з цим, тема конвертації політичної істини і контексту великої політичної теорії є досить важливим для політичної науки, оскільки розрізнення істинного і хибного у прикладному варіанті політичного аналізу вже давно віднесено до сфери цінностей ідей та етико-моральних нормативів. Останні, за висновком політологів-практиків, не завжди пов'язані з конкретною політичною реальністю. У зв'язку з цим, завданням політико-теоретичних досліджень є встановлення дослідно-прагматичної конфігурації політичної істини в умовах розбудови нової «великої теорії» (grand theory) сучасної політичної науки.

Особливості природи сучасної політичної істини досліджували такі вітчизняні вчені, як О. Волошина [1], С. Мартинюк [4], О. Ткаченко [6], О. Тягло [7]. Ними, відповідно, вивчалися проблеми концепту правди, генези інформаційної цивілізації, істини у просторі правознавства, ціннісний аспект істини у нормативному аспекті. Однак, імплікативна природа сучасної політичної істини потребує подальшої політологічної розробки. Насамперед, необхідно окреслити предметне поле застосування імплікацій політичної істини у демократичному політичному процесі, який дедалі більше набуває технологічного характеру.