УДК 323.22/.28

АНАЛИЗ АКТИВНОСТИ ФАБРИК МЫСЛИ: ПОДХОДЫ И ОБЪЯСНЯЮЩИЕ МОДЕЛИ (на примере опыта США)

Беляев Александр Юрьевич,
Национальный исследовательский университет,
Высшая школа экономики,
филиал в Санкт-Петербурге,
аспирант отделения прикладной политологии,
г. Санкт-Петербург, Россия.
E-mail: belazzbelazz@gmail.com

Аннотация
Данная статья содержит теоретическое обоснование связи между степенью политической поляризации в законодательных органах и активностью фабрик мысли, представленной в предыдущих работах автора. В данной работе представлен сравнительный анализ основных подходов к изучению фабрик мысли в рамках процесса принятия решений, их классификация.

Ключевые понятия:
фабрики мысли,
политическая поляризация,
публичная политика,
влияние фабрик мысли,
группы интересов.

Л. Даймонд [16] отмечает необходимость эффективного процесса принятия и выработки решений в качестве одной из основ функционирования демократических систем. Такие институты, как фабрики мысли, безусловно, могут и принимают участие в процессах выработки политики в развитых странах. Но, с другой стороны, не является ли их активность продуктом функционирования самой системы, начиная с ее самых основ – заседаний в комиссиях выборных органов?

Фабрики мысли являются институтами, через которые интеллектуалы могут принять участие в современном электоральном процессе. Также Линдквист в своей статье [8, с. 18] отмечает, что в последние десятилетия наблюдается смещение роли фабрик мысли от академической в сторону, ориентированную непосредственно на «политические баталии».

Недавний рост финансирования деятельности (см. рисунок 1) мозговых центров в США поднимает вопрос об их роли в демократическом процессе. «Можно предположить, что дебаты в профильных комитетах создают стимулы для законодателей искать новые аргументы на основе исследований, аналитических сведений» [5, с.225]. Можно заранее теоретически утверждать, что характер обсуждения в законодательных комитетах приводит к появлению спроса на стратегическую информацию и деятельность фабрик мысли, и, как следствие, созданию и поддержке организаций, которые поставляют эту информацию. Таким образом, при росте политической поляризации растет поддержка этих институтов, также как и их активность.

В данной статье будет предложена попытка теоретического обоснования связи между степенью политической поляризации в законодательных органах и активностью фабрик мысли.

Одним из характерных примеров рассмотрения фабрик мысли с элитистских позиций является теория фабрик мысли, разрабатываемая Дж. Макганном [9]. Подход фокусируется на оценке двух составляющих – оказанию влияния на процесс принятия политических решений, в то же время при необходимости сохранения организационной самостоятельности. Макганн указывает, что достаточно часто фабрики мысли жертвуют организационной состоятельностью, чтобы иметь возможность оказывать влияние на политические процессы. Таким образом, фабрики мысли конкурируют сразу в двух зачастую конф-

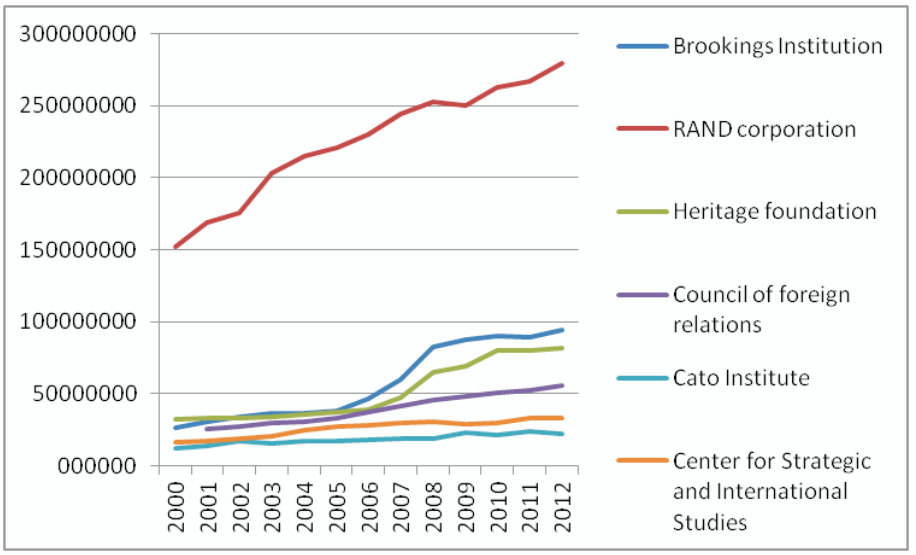


Рисунок 1. Объем финансирования крупнейших фабрик мысли с 2000 года (в долларах США)

ликтующих средах – поиске финансирования и оказании влияния на органы власти, при этом пытаясь сохранить свою организационную самостоятельность. Данная теория «позволяет ученым идентифицировать тесную связь между теми, кто финансирует мозговые центры, и теми, которые управляют ими» [9]. Элитисты исходят из предположения о том, что если аналитические центры и оказывают влияние на политический процесс, то главным образом потому, что связаны с властной элитой.

«В годы, непосредственно предшествовавшие переходу к рыночной экономике, в некоторых странах (в частности, России и Венгрии) работе аналитиков способствовала заинтересованность высших руководителей в более открытом и плюралистическом процессе выработки политики» [19, с. 30].

Согласно элитистскому подходу, резонно проводить классификацию фабрик мысли на тех, которые ориентируются прежде всего на оказание влияния на деятельность властных структур, и на тех, которые пытаются сохранить максимальную самостоятельность, ища методы финансирования иными способами. В общей форме можно провести классификацию по одному критерию – «наличие у этих организаций миссии, видения образа тех изменений, которые создатели фабрики мысли хотят достичь в общественном или политическом устройстве». [21, с. 101]

Однако сам Макганн выделает следующие типы фабрик мысли [10, с.82]:

- Policy-makers, преимущественно ориентирующиеся на государственные заказы и имеющие сильную кадровую базу для PR-деятельности
- The Partisans, идеологически ориентированные фабрики мысли, предлагающие новые разработки для дружественных партий, а также являющиеся как кузницей кадров для политики, так и местом, где могут найти свое место в прошлом активные политики.
- The Phantoms, формально выглядящие как НКО, но действующие как инструмент имитации деятельности гражданского академического сообщества.
- The Scholars, постоянно предлагающие инновационные идеи. Более всего подходят на роль инициаторов новых публичных дискуссий.
- The Activists – не только продвигают свои идеи, но и занимаются их практической имплементацией (например, Transparency international).

Есть также иные подходы к классификации фабрик мысли. Например, уместно упомянуть уже предлагавшийся нами подход [22, с. 6], описывающий факторы спроса/предложения и проводящий классификацию по простому критерию – фабрики мысли, адаптирующиеся под спрос на их деятельность со стороны других институтов (технические фабрики мысли) и фабрики мысли, ориентирующиеся на создание условий автономной деятельности (центры публичной политики). В таблице

указаны факторы, влияющие на активность деятельности фабрик мысли, с ориентацией на данный подход.

Таким образом, анализ и классификацию фабрик мысли можно проводить по данным критериям.

Факторы, влияющие на спрос	Факторы, способствующие автономной деятельности
• Предпочтения заказчиков • Наличие значимых событий, общая политико-экономическая ситуация • Стоимость услуг и платежеспособность потенциальных заказчиков • Наличие аффилиаций с потенциальными заказчиками • Конкурентность среды	• Наличие специалистов и их квалификация • Объем и доступность иных ресурсов • Законодательные нормы, влияющие на деятельность • Политические ожидания • Идеологическое разнообразие потенциальных заказчиков

Однако у этой теории есть изъян – по мнению Д. Абельсона, она основана на неверном предположении, согласно которому «мозговые центры не в состоянии влиять на общественную политику» [1, с. 50], что подтверждают хотя бы институт советничества или независимая экспертиза, которая, естественно, функционирует в развитых странах. По мнению Р. Даля [17, с. 359] и того же Абельсона, сторонников плюралистического подхода, фабрики мысли могут конкурировать за влияние с профсоюзами, группами защитников окружающей среды и другими неправительственными организациями [15, с. 9]. В таком случае их можно просто понимать как группы интересов, и, как следствие, «их появление и развитие объяснять с помощи уже разработанных теорий формирования и развития групп интересов» [5, с. 225]. Однако вышеописанные теории не учитывают привилегированный статус фабрик мысли. Они «обладают уникальными признаками, которые позволяют им выделяться» [1, с. 52].

Сейчас, в силу трансформации традиционного института партии, этот процесс представляет собой противостояние между различными коалициями (advocacy coalitions), каждые со своими ценностями и целями, и, по сути, фабрики мысли в них могут выступать в качестве источника рефлексии для всей коалиции в случае стрессовых ситуаций (например, поражения на выборах), как и рупором новой мысли, с помощью которой можно победить в электоральном цикле.

С точки зрения Д. Абельсона, неоинституциональный и плюралистический подход можно рассматривать как один, общий подход к изучению фабрик мысли. В рамках данного подхода, влияние на деятельность фабрик мысли оказывают не только их ресурсы (как в структурно-функциональном подходе), но и участие в цикле разработки и принятия политического решения. «Согласно Д. Кингдону, мозговые центры могут часто быть неспособны влиять на заключительный выбор, сделанный высшими чиновниками, но они могут оказать большое влияние на установку и возможное расширение пределов представительных дебатов. Это, в свою очередь, приводит к рассмотрению различных альтернатив, которые, возможно, не были на повестке дня ранее» [18]. Представители плюралистической теории, например Р. Даль [17], считают, что аналитические центры могут влиять на политический процесс, равно как и остальные группы интересов.

Одной из наиболее важных проблем, на которую пока нет окончательного ответа, являются ли фабрики мысли, согласно плюралистическому подходу, скорее группами интересов, или акторами, обслуживающими деятельность элит. Иными словами, действуют ли они, прежде всего, ориентируясь на свои интересы и ценности, или приоритетными являются интересы потенциальных заказчиков экспертизы.

С другой стороны, важно понимать, что фабрики мысли могут оказывать влияние не только непосредственно взаимодействуя с представителями власти, но и с их окружением, влияя на политическое пространство. Как следствие, появляется проблема методологии расчета индекса активности фабрик мысли. Иначе говоря, по каким критериям мы должны оценивать деятельность фабрик мысли?

Все это показывает явную особенность исследования фабрик мысли: мозговые центры не являются ни неизменно ключевыми факторами для всех вопросов государственной политики, но и не лишены влияния.

Как уже было отмечено, одной из возможных характеристик мозговых центров является то, что они могут быть поняты как

группы интересов, и их деятельность можно объяснить через существующие теории групп интересов.

Грэй, Лоури, Феллоус и Андерсон изучили влияние партийной конкуренции на отраслевую и межотраслевую плотность групп интересов и обнаружили мобилизующую силу партийной конкуренции. Они утверждают, что «при росте партийной конкуренции, вероятность внезапного изменения политики возрастает», создавая политическую неопределенность, что мобилизует конкурирующие интересы [6, с. 413].

Процесс активизации фабрик мысли в данном процессе можно описать следующим образом:

- Изменение политической поляризации.
- Рост неопределенности.
- Мобилизация групп интересов.
- Рост необходимости в обоснованных аргументах.
- Рост финансирования и активности фабрик мысли.
- Влияние на политиков и академическое сообщество, изменение повестки дня.

Также теория Трумэна утверждает, что рост активности групп интересов есть функция усложнения структуры общества и деятельности правительства: «С увеличением сложности структуры при постоянной фрустрации установленных ожиданий, совпадающих с быстрыми изменениями в связанных с ними методах, рост активности различных ассоциаций неизбежен» [12, с. 57].

Таким образом, политические институты, известные как Think tank, в последние годы стали играть все более заметную роль в политической жизни развитых стран. Основная гипотеза исследования предполагает, что характер обсуждения в законодательных органах создает спрос на деятельность фабрик мысли и, как следствие, их финансирование.

Важнейшим фактором, определяющим также непосредственное участие фабрик мысли в политическом процессе, является их участие в процессе принятия решений.

Как отмечает Мюррей Вейденбаум, «то, каким образом можно измерить влияние фабрик мысли, является субъектом постоянных не прекращающихся дискуссий» [14, с. 92]. Многие руководители аналитических центров также отмечают [14, там же], что на данный момент не существует однозначных ответов на вопрос – как измерить влияние фабрик мысли. Либо в силу того, что существует огромное количество конкурирующих с фабриками мысли институтов, либо в силу отсутствия полного набора объективно измеряемых (прямых или косвенных) критериев, до сих пор это остается сложной задачей.

Однако попытки постоянно предпринимаются. Несмотря на то что выделить долю влияния фабрик мысли среди всех возможных институтов гражданского общества достаточно сложно, можно попробовать оценить относительную влиятельность конкретной организации среди ей подобных. Именно с целью подобной оценки ежегодно проводится исследование Global Go To Think Tank Index [7], проводимое в университете Пенсильвании под руководством Дж. МакГана.

Сутью их методологии является ежегодный опрос экспертов с целью ранжирования фабрик мысли по различным критериям, по каждому из которых каждый эксперт выставляет баллы фабрикам мысли из того же региона, что и сам эксперт. Таким образом, хоть охват и обширен, исследование базируется на субъективном восприятии экспертов, что часто приводит к неясным результатам.

С другой стороны, проводится множество количественных исследований фабрик мысли. Зачастую суть количественного метода заключается в изучении средств массовой информации, а именно – количественном анализе упоминаемости в средствах массовой информации.

«Именно серьезные исследования, а также их осмысление, которые характерны для настоящей науки, могут стать источниками появления новых пунктов в национальных или международных «повестках дня». Ярким примером могут служить доклады Римскому клубу, а также другие итоги исследований, связанные с состоянием окружающей среды» [20, с. 24].

Предполагается, что фабрики мысли стараются создать ощущение влияния на общественность политиков (это, в конечном счете, может и помогает им продвигать свои инициативы). И что нет лучшего способа создать ощущение влияния, чем привлечь внимание средств массовой информации. Такой метод позволяет косвенно определить не только влияние, но и направленность деятельности этих фабрик мысли.

«Каждая фабрика мысли будет рада сообщить количество публикаций, которые она выдает, частоту, с которой ее сотрудники появляются на национальном

телевидении, и многочисленные цитаты о ее деятельности в печатных средствах массовой информации. Все это – полезные показатели их усилий по оказанию влияния на государственную политику и не должны быть проигнорированы. Таким экономическим образом измерить результат, однако, это в лучшем случае "промежуточный товар" сопоставимый с инженерными разработками и маркетингом, который идет на производство и продажу автомобиля» [13, с. 135].

Однако, как и сам Абельсон, замечает, что «изучение средств массовой информации говорит нам очень мало о характере и степени влияния фабрик мысли» [2, с. 25]. Эверт Линдквист, Кэйтлин Макнатт и Грегори Марчильдон соглашаются с ним. Измерение влияния аналитических центров трудно, поскольку трудно установить, определяют ли мозговые центры повестку дня, расширяют ли политические дискуссии, влияют на решения политиков, или просто следуют тенденции в области политики [8, с. 15]. В одной из образцовых работ, посвященной исследованию влияния фабрик мысли, отмечают: «Для измерения влияния фабрик мысли нужно измерять способности влиять в отличие от измерения корреляции между научно-исследовательскими работами или рекомендациями института и конкретными результатами политики» [11, с. 220]. В своей работе они особую роль уделяют исследованию интернет-пространства. Интернет открывает широкие возможности по взаимодействию с широким кругом лиц (студентами, учеными, лицами, принимающими решения) для фабрик мысли. Этот фактор воздействия на общество необходимо учитывать. Опираясь на инструменты, доступные в сети (такие как alexa.com, cgdev.org), можно оценить, насколько активно интернет-публика читает (трафик Веб-ресурса фабрики мысли) и ссылается (количество сайтов со ссылками на сайт фабрики мысли) на продукт ученых. Однако данная информация не сегрегированна по времени, т.е. ее можно получить только «по-факту», на данный момент, что существенно ограничивает нас в использовании такого рода метрики.

Не стоит недооценивать и влияние на академическую сферу. Существует множество способов измерить влияние на академическую сферу. Например, как отмечает Вейнденбаум, можно измерить количество написанных коллективами трудов, но, в таком случае, в одном ряду окажутся и труды, ориентированные на узкий круг читателей, и работы, ориентированные на национальный масштаб.

Фабрики мысли могут не только оказывать влияние на общественность, но и консультировать в качестве экспертов. В данном исследовании за основу будет взято количество цитирований в научных источниках тех публикаций, в которых фабрика мысли указана как издатель. Это лишает нас возможности оценить влияние связанных с фабрикой мысли исследователей, однако дает хорошее представление о временно́й динамике влияния на научное сообщество.

Все вышеперечисленные метрики описывают воздействие на достаточно крупные слои общества и, как предполагается, играют важную роль при разработке долго обсуждаемых проектов и предложений. Однако мы знаем, что нередко решения принимаются достаточно быстро, и в таком случае ключевыми факторами будут являться не общественность, и даже не экспертное сообщество, а непосредственный контакт и взаимодействие лиц, принимающих решения. Канал влияния, связанный с непосредственным контактом с лицами, принимающими решения, является в таких случаях критичным, но исследовать его – задача крайне сложная.

В случае США возможно измерение количества упоминаний фабрик мысли во время слушаний в конгрессе (с опорой на congressional record), отчеты комитетов и т.д. Этот метод измерения также отлично сочетается с обоими подходами, т.к. плюралистический подход предполагает, что чаще всего фабрики мысли поддерживают уже существующие коалиции, а в элитистском подходе это измерение неплохо отражало бы степень активности фабрики мысли по направлению к адаптации к спросу со стороны элит.

В среде американской политической науки политические дебаты достаточно часто становятся объектом исследований. И многие из них лежат в русле бихевиористского подхода, согласно которому характеристика политических дебатов по различным вопросам в той форме, в которой они представлены публике средствами массовой информации, имеют значительный эффект на поведение избирателей и общественность. Однако в значительной степени исследователи видят эти дебаты сопутствующим явлением по отношению к стратегическим переговорам между различными политическими силами или внутри одного института. Некоторые делают обоснованный вывод, что дебаты, прово-

димые в представительных органах, имеют своей основной целью не принятие решения, а объяснение уже занятых различными коалициями позиций общественности. Т.е. являются своего рода информационным посланием с целью их легитимации. Академическая поддержка со стороны фабрик мысли дает информацию от разных коалиций (аргументы) необходимую степень достоверности, без которой они не будут приняты общественностью.

Остин-Смит также отмечает, что в условиях, когда коалиции в выборных органах, как конгресс, идеологически не сильно отличаются друг от друга, им проще достоверно открывать подобного рода информацию в силу того, что видение принимаемого решения в целом похоже. В случае когда растет неопределенность, появляются стимулы для проведения подобного рода дебатов, и, как следствие, если хотя бы одна из сторон для подтверждения своей информации будет опираться на труды фабрик мысли, то и другие – для подтверждения достоверности их информации – будут это делать. (См. Оустин-Смит «Credible Debate Equilibria» и «Information Transmission in Debate».) [3,4].

Таким образом, можно утверждать, что политическая поляризация может являться хорошим инструментом, объясняющим спрос на деятельность фабрик мысли.

1. Беляева, Н.Ю. Сравнительный анализ российских и зарубежных аналитических центров: case study [Текст] / Н.Ю. Беляева, Д.Г. Зайцев. Учебное пособие по курсу «Аналитические центры в публичной политике», Издательство Национального исследовательского университета – Высшей школы экономики. 2007. 284 с.

2. Даймонд, Л. Прошла ли «третья волна» демократизации? [Текст] / Л. Даймонд // Полис. 1999. № 1. 10 с.

3. Даль, Р. Демократия и ее критики [Текст] / Р. Даль / пер. с англ., под ред. М.В. Ильина. «Российская политическая энциклопедия» (РОССПЭН). 2003. 359 с.

4. Медушевский, Н.А. Экспертное сообщество в политической сфере в конце XX – начале XXI века [Текст] / Н.А. Медушевский. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата политических наук. Москва, 2011. 208 с.

5. Раймонд, Дж. Страйк. Управление Аналитическими центрами [Текст] / Дж. Страйк Раймонд. 2 изд., Киев: Международный центр перспективных исследований, перевод. 2011. 369 с.

6. Сунгуров, А.Ю. Как возникают политические инновации: «фабрики мысли» и другие институты-медиаторы [Текст] / А.Ю. Сунгуров. М.: Политическая энциклопедия, 2015. 283 с.

7. Сунгуров, А.Ю. Институты-медиаторы и их развитие в современной России. II. Фабрики мысли и центры публичной политики [Текст] / А.Ю. Сунгуров, Н.П. Распопов, А.Ю. Беляев // Полис (Политические исследования). 2012. № 4. С. 99–116.

8. Сунгуров, А.Ю. Российские «фабрики мысли» как субъект артикуляции альтернатив социально-экономического развития [Текст] / А.Ю. Сунгуров, А.Ю. Беляев / в кн.: Правящая элита и системная оппозиция в современной России и за рубежом: сборник научных статей. Саратов: Поволжский институт управления им. П.А. Столыпина, 2012. С. 3–12.

9. Abelson, D. Do Think Tanks Matter? Assessing the Impact of Public Policy Institutes, McGill-Queens. Montreal: University, 2002, 246 p.

10. Abelson, D. Is Anybody Listening? Assessing the Influence of Think Tanks. Think Tanks in Policy Making – Do They Matter? Shanghai: Friedrich-Ebert-Stiftung Shanghai Office, 2011, pp. 11–33.

11. Austen-Smith, D. Credible Debate Equilibria, Social Choice and Welfare, №1, 1990, pp. 75–93.

12. Austen-Smith, D. Information Transmission in Debate, American Journal of Political Science, № 34, 1990, pp. 124–152.

13. Bertelli, A., Wenger, J. Demanding Information: Think Tanks and the US Congress, British Journal of Political Science, Vol. 39, No. 2 (Apr., 2009), pp. 225–242.

14. Gray, V., Lowery, D., Fellowes, M. and Anderson, J. 'Legislative Agendas and Interest Advocacy: Understanding the Demand Side of Lobbying', American Politics Research, 33, (2005), pp. 404–434.

15. Global Go To Think Tank Index, available at: http://gotothinktank.com

16. Lindquist, E. Think tanks, foundations and policy discourse: ebbs and flows, investments and responsibilities, School of Public Administration. – University of Victoria. 2006. 18 p.

17. McGann, J., Kent Weaver, R. Think tanks and Civil societies in a Time of Change, Think Tanks & Civil Societies: Catalysts for Ideas and Action // New Brunswick : Transaction Publishers. 2000. pp. 1–37.

18. McGann, J. The Think Tank Index, Foreign Policy, No. 170 (Jan. – Feb., 2009), 82 p.

19. McNutt, K., Marchildon, G. Think Tanks and the Web: Measuring Visibility and Influence, Canadian Public Policy.– Analyse de Politiques. Vol. 35. № 2. 2009. pp. 219–234.

20. Truman, D. The Governmental Process: Political Interests and Public Opinion (New York: Alfred A. Knopf, 1951), 544 p.

21. Weidenbaum, M. Measuring the Influence of Think Tanks, Social science and public policy, Springer Science+Business Media, 2010, pp. 134–137.

22. Weidenbaum, M. The competition of ideas: the world of the Washington think tanks, New Brunswick, N.J. : Transaction Publishers, 2009, 137 p.

References

1. Belyaeva, N.Ju., Zaytcev, D.G. (2007) Sravnitel'niy analiz rossiyskih i zarubezhnyh analiticheskih centrov: case study. Izdatel'stvo Nacional'nogo issledovatel'skogo universiteta – Vysshej shkoly jekonomiki. 284 p. [in Rus].

2. Dajmond, L. (1999) *Polis*, no. 1, 10 p. [in Rus].

3. Dal', R. (2003) Demokratija i ee kritiki. Per. s angl., pod red. M.V. Il'ina. «Rossijskaja politicheskaja jenciklopedija» (ROSSPJeN). 359 p. [in Rus].

4. Medushevskij, N.A. (2011) Jekspertnoe soobshhestvo v politicheskoj sfere v konce XX – nachale XXI veka. Moscow, 208 p. [in Rus].
5. Rajmond, Dzh. Strajk (2011) «Upravlenie Analiticheskimi centrami. Kiev, Mezhdunarodnyj centr perspektivnyh issledovanij, perevod, 369 p. [in Rus].
6. Sungurov, A.Ju. (2015) Kak voznikajut politicheskie innovacii: «fabriki mysli» i drugie instituty-mediatory. Moscow, Politicheskaja jenciklopedija, 283 p. [in Rus].
7. Sungurov, A.Ju., Raspopov N.P., Beljaev A.Ju. (2012) *Polis (Politicheskie issledovanija)*, no. 4, pp. 99–116 [in Rus].
8. Sungurov, A.Ju., Beljaev A.Ju. (2012) Rossijskie «fabriki mysli» kak sub#ekt artikuljacii al'ternativ social'no-jekonomicheskogo razvitija. V kn.: Pravjashhaja jelita i sistemnaja oppozicija v sovremennoj Rossii i za rubezhom: sbornik nauchnyh statej. Saratov, Povolzhskij institut upravlenija im. P.A. Stolypina, pp. 3–12 [in Rus].
9. Abelson, D. (2002) Do Think Tanks Matter? Assessing the Impact of Public Policy Institutes, McGill-Queens. Montreal: University, 246 p. [in Eng].
10. Abelson, D. (2011) Is Anybody Listening? Assessing the Influence of Think Tanks. Think Tanks in Policy Making – Do They Matter? Shanghai: Friedrich-Ebert-Stiftung Shanghai Office, pp. 11–33 [in Eng].
11. Austen-Smith, D. (1990) Credible Debate Equilibria, Social Choice and Welfare, no. 1, pp. 75–93 [in Eng].
12. Austen-Smith, D. (1990) Information Transmission in Debate, American Journal of Political Science, no. 34, pp. 124–152 [in Eng].
13. Bertelli, A., Wenger, J. (2009) *British Journal of Political Science*, Vol. 39, no. 2 (Apr.), pp. 225–242 [in Eng].
14. Gray, V., Lowery, D., Fellowes, M. and Anderson J. (2005) 'Legislative Agendas and Interest Advocacy: Understanding the Demand Side of Lobbying', American Politics Research, 33, pp. 404–434 [in Eng].
15. Global Go To Think Tank Index, available at: http://gotothinktank.com (accessed 02.03.2016) [in Eng].
16. Lindquist, E. (2006) Think tanks, foundations and policy discourse: ebbs and flows, investments and responsibilities, School of Public Administration. University of Victoria, 18 p. [in Eng].
17. McGann, J., Kent Weaver, R. (2000) Think tanks and Civil societies in a Time of Change, Think Tanks & Civil Societies: Catalysts for Ideas and Action // New Brunswick : Transaction Publishers, pp. 1–37 [in Eng].
18. McGann, J. (2009) The Think Tank Index, Foreign Policy, no. 170 (Jan., Feb.), 82 p. [in Eng].
19. McNutt, K., Marchildon, G. (2009) Think Tanks and the Web: Measuring Visibility and Influence, Canadian Public Policy. Analyse de Politiques, vol. 35, no. 2, pp. 219–234 [in Eng].
20. Truman, D. (1951) The Governmental Process: Political Interests and Public Opinion (New York: Alfred A. Knopf, 1951), 544 p. [in Eng].
21. Weidenbaum, M. (2010) Measuring the Influence of Think Tanks, Social science and public policy, Springer Science+Business Media, pp. 134–137 [in Eng].
22. Weidenbaum, M. (2009) The competition of ideas: the world of the Washington think tanks, New Brunswick, N.J. : Transaction Publishers, 137 p. [in Eng].

UDC 323.22/.28

ANALYSIS OF THE THINK TANK ACTIVITY – APPROACHES AND EXPLICATIVE MODELS AS EXEMPLIFIED BY THE USA EXPERIENCE

Belyaev Aleksander Yuryevich,
National Research University,
Higher School of Economics,
Branch in Saint-Petersburg,
Post-graduate Student of the Department
of Applied Political Science,
Saint-Petersburg, Russia.
E-mail: belazzbelazz@gmail.com

Annotation
The article gives theoretical argumentation to the connection between the degree of political polarization in legislative authorities and think tank activity, presented in the author's previous works. This very work presents comparative analysis of the principal approaches to studying think tanks as part of the process of making decisions, their classification.

Key concepts:
think tank,
political polarization,
think tank influence,
interest groups.