УДК 316.344.42

ПОЛИТИЧЕСКАЯ ЭЛИТА КАК СОЦИАЛЬНАЯ БАЗА СУБЪЕКТОВ МАНИПУЛИРОВАНИЯ

Сергеева Зоя Николаевна,
Новосибирский государственный технический университет, кафедра социально-массовых коммуникаций, старший преподаватель, г. Новосибирск, Россия.
E-mail: zoya-sergeeva@list.ru

Аннотация
Социальной базой субъектов политического манипулирования выступает политическая элита, неоднородная по своему составу. Выделяются три группы: избранные народом – депутаты; назначенные государством – чиновники; бизнес-элита. Каждая из групп отличается по своим манипулятивным стратегиям, доступу и выбору средств и способов манипуляции, целям манипулирования.

Ключевые понятия:
манипулирование, субъект, объект, коммуникация, политическая элита.

Одной из важнейших сфер, в которой проблема манипулирования предстает в наиболее отчетливом виде, является политика. Выработка и реализация политических идей всегда происходит при воздействии на общество или отдельного человека и предполагает наличие субъекта и объекта управления. Так, субъектом политических отношений можно назвать любого члена общества. Однако субъект политической сферы и субъект политического манипулирования – это далеко не одно и то же. Политическое манипулирование можно определить, как скрытое ненасильственное управление политическим сознанием и поведением людей с целью побудить их действовать (или бездействовать) в интересах политика. Субъектом политического манипулирования является небольшая группа людей – политическая элита, обладающая особыми ресурсами – социальным капиталом для оказания воздействия на остальных.

Следует иметь в виду, что в политике, как и в любой иной сфере социальных отношений, нет постоянного социального статуса субъекта манипулирования. Субъектами политического манипулирования являются не только отдельные персоны, наделенные каким-либо статусом, но и элитарные группы (в том числе, парламентские партии).

Возможность манипулировать другими людьми заложена, в том числе, в социальном статусе субъекта. Так, аскриптивный статус сам по себе уже дает такую возможность. Склонность к манипулированию, как правило, подкрепляется возможностью манипулировать. Возможность, в свою очередь, определяется принадлежностью к правящему классу и доступом к механизмам власти. Так, Т.И. Заславская называет правящей элитой политиков, «занимающих высшие государственные посты, верхнее звено бюрократии и бизнес-элиту» [4, с. 288]. О. Крыштановская дает такую характеристику элите: «...это правящая группа общества, являющаяся верхней стратой политического класса. Элита стоит на вершине государственной пирамиды, контролируя основные, стратегические ресурсы власти, принимая решения общегосударственного уровня. Элита не только правит обществом, но и управляет политическим классом, а также создает такие формы организации государства, при которых ее позиции являются эксклюзивными» [6, с. 73].

«Переход» субъекта политической элиты в субъект политического манипулирова-

ния проявляется в изменении социального поведения. Прежде всего, перед субъектом манипулирования возникает цель, которая поддерживает сверхмотивированное поведение. Сверхмотивация и внешние стимулы приводят к формированию следующих черт поведения: 1) рационализация; 2) высокая динамичность; 3) концентрация внимания ко всем вопросам, связанным с достижением цели; 4) изменение структуры ценностей; 5) стремление к общению с конкретными субъектами, от которых зависит достижение цели; 6) демонстративное обращение к общественному мнению; 7) повышенное внимание к формированию необходимого имиджа.

Политическая, или правящая элита, выступает в качестве социальной базы для формирования субъектов политического манипулирования. А манипулирование в политической сфере представляется естественным для данной социальной группы поведением и способом достижения цели.

С нашей точки зрения, всех субъектов политического манипулирования можно разделить на три группы.

Первая группа, которую мы выделили как субъекта манипулирования, формируемого на базе политической элиты, – бизнес-элита. Мы будем использовать термин «бизнес-элита» «для обозначения группы крупных бизнесменов, вовлеченных в политический процесс» [4, с. 2], а также таких субъектов манипулирования, которые непосредственно своей коммерческой деятельностью или опосредованно от нее способны оказывать влияние на политические решения. На формирование бизнес-элиты влияет социально-экономическая ситуация, которая во многом определяет цели и способы манипулирования.

Как известно, элита является закрытой социальной группой, однако в истории возникают периоды, когда происходит ее обновление. В российской истории такое обновление приходится на 90-е годы. В этот момент появилось множество работ, посвященных приходу новой элиты и формированию нового бизнес-класса [8, с. 37]. По мнению О.В. Крыштановской, экономика России базируется на крупных финансово-промышленных группах с превалированием финансового капитала над промышленным; ее основу составляет «класс уполномоченных», или крупных собственников, которым государство поручило развитие



Рисунок 1. Схема достижения целей субъектов манипулирования

рынка; она функционирует при отсутствии равных для всех возможностей «делать деньги» [4, с. 3–60]. Бизнес-элита зависима от государства, так как во многом существовала благодаря льготам и привилегиям. «Уполномоченный бизнес» был защищен государством, и его риски были не так велики, как риски стихийного сектора» [4, с. 32]. Постепенно лоббистские устремления предпринимателей распространились на законодательное регулирование практически всех зон экономики, и бизнес-элита плотно вошла в правящий класс. Сейчас можно говорить о двух группах внутри элиты: бизнес-ориентированные политики и политически влиятельные бизнесмены. Оформившись как социальная группа, бизнесмены столкнулись с необходимостью работы по принципу бизнес-общество-власть, известному как корпоративная ответственность.

Накопление средств – это основная цель любого бизнеса, однако, в современных экономических условиях повышенной конкурентной среды и заполненности основных ниш рынка появляется необходимость моделирования социальной реальности через использование технологий социального манипулирования. Таким образом, конструирование социальной реальности проходит через формирование социальной миссии компании, что позволяет бизнесу подчеркнуть свою социальную полезность и увеличить конкурентные преимущества.

Необходимо отметить, что происходит не просто смешение интересов разных звеньев правящей элиты, но и постепенная интеграция ресурсов. Манипулятор, занимающий звено бизнес- элиты, для получения другого вида власти становится избранником народа и приумножает не только экономический капитал, но и политический, который, во-первых, удовлетворяет амбициям данного субъекта, а во-вторых позволяет расширить поле монопольного захвата интересующих зон экономики. Прямое влияние бизнеса на региональную политику выросло, в том числе из-за того, что увеличивалось число губернаторов-бизнесменов (С.В. Дарькин, Д.В. Зеленин, А.Н. Ткачев, А.Г. Хлопонин, В.А. Штыров, В.А. Якушев и др.).

Политическое влияние олигархов было обеспечено не только ростом их капиталов, но и тем, что в их руках оказались средства манипулирования: многие электронные и печатные средства массовой информации – наиболее популярные телевизионные каналы, радиостанции, газеты, журналы. «В России крупные политизированные медиа-холдинги в отсутствии реальных политических партий играли в начале 2000-х роль своеобразных эрзац-партий и обеспечивали информационную поддержку групп влияния, их связь с электоратом. Мобилизацию ресурсов и лоббирование тех или иных решений» [8, с. 192]. Постепенно государственные СМИ теряли свое влияние из-за недостаточного финансирования и снижения государством регламентации их деятельности, так до 2001–2002 года ОРТ (49%) находились под контролем структур Бориса Березовского, канал НТВ принадлежал Владимиру Гусинскому. К середине 2000-х ситуация менялась, однако и сейчас бизнес осознает, что СМИ являются не только каналом получения дополнительных материальных средств, но и важным каналом воздействия на общественное мнение. Примером могут служить современные крупные медиа-холдинги, такие как: «Газпром – медиа», ЗАО «Национальная Медиа Группа», «Проф-Медиа», РБК (РосБизнесКонсалтинг) и др. [9].

Таким образом, современная бизнес-элита характеризуется:

- относительной мерой независимости;
- достаточностью финансового ресурса для «прямой покупки» всех необходимых инструментов;
- доступом ко всем каналам информации и возможностью единоличного владения ими;
- возможностью доступа к некоммерческим ресурсам.

Субъект манипулирования – бизнес-элита, обладая данными признаками, имеет прямые возможности добиваться цели – достижения монопольного проведения своего решения, связанного с политической сферой. Поскольку, с одной стороны, субъекту манипулирования (бизнес-элите) требуется создание и поддержание имиджа «управляемого» объекта политической сферы, разработанного для органов государственной власти, а с другой стороны, необходимо общественное одобрение, которое не всегда можно получить, используя реальную репутацию, и именно для этого формируются «нужные» социальные имиджи, способные получать общественное одобрение. Для достижения основной цели бизнес-элите необходимо «работать» одновременно и с общественным мнением, и с властью.

Вторая группа, выделенная нами как субъект политического манипулирова-

ния – государственные чиновники. Согласно законодательству о государственной и муниципальной службе, их должности подразделяются не только на категории, но и на группы и квалификационные разряды. Таким образом, субъектом манипулирования, входящим в звено правящей элиты, мы определяем как «лица, замещающие государственные должности, и лица, частично занимающие должности категории «руководители». Однако субъектом манипулирования можно считать только чиновников категории «руководители», группы «высшие» должности гражданской службы. К таковым, например, можно отнести: первых руководителей Администрации Президента РФ, Аппаратов Совета Федерации РФ, Государственной Думы, Федерального Собрания РФ, Аппарата Правительства РФ, заместителей федеральных министерств и др. К лицам же, замещающим государственные должности, можно отнести президента РФ, премьер-министра РФ, министров РФ, губернаторов.

Основной целью деятельности этой категории лиц служит выработка, подготовка и проведение в жизнь решений, необходимых для эффективного функционирования конкретной политической сферы: «Чиновники вырабатывают определенные гарантии жизнедеятельности граждан, социальные стандарты и нормы, оказывающие определенное влияние на общество в целом, обеспечивают удовлетворение наиболее общих, основных потребностей граждан, качественный уровень жизни, то есть производят социальные услуги» [1, с. 79]. Помимо прямых должностных обязанностей, чиновники берут на себя роль управления адаптационными процессами общества. Такое поведение не только поднимает их статус в глазах общественности, но и способствует формированию привилегированного положения. Это обусловлено формированием, разработкой и изменениями законов, регулирующих жизнь общества, которые, безусловно, отражаются на его настроении. Особый социальный статус «лиц, замещающих государственные должности, и лиц «высшей» группы «руководителей» предоставляет им возможность использования специфических адаптационных ресурсов, которые связаны с их социально-профессиональной принадлежностью. Это закрепленные законодательно гарантии и различного рода льготы. М. Восленский описывает российскую бюрократию (чиновников) как номенклатуру – особый класс «управляющих», показывает рождение и развитие дисфункциональной бюрократии в России.

В основе манипулирования «управляемыми» в послереволюционном российском обществе лежала «система идеологии и соответствующая ей система воспитания» [3, с. 166]. Масштабно организованное манипулирование со стороны класса чиновников предполагало отсутствие конфликтов со стороны «управляемых» и прямое воздействие, часто переходящее в насилие. Однако манипулирование и насилие часто несовместимы, последнее отрицает и нарушает скрытость действий и вызывает у «управляемого» субъекта чувство когнитивного диссонанса и, возможно, конфликт.

Чиновник часто находится в конфликте с объектом манипулирования, поскольку его задачей является выполнение определенных заданных свыше управленческих функций и обозначенная ограниченность влияния чиновника становится причиной как жесткой манипуляции зависящими объектами, так и желания выйти за обозначенные рамки, расширить сферу своего влияния. Как отмечает М. Вебер, для чиновников, как статусного слоя, нет ничего более чуждого, чем чувство солидарности с пролетариатом – и для них характерно скорее желание в еще большей степени отделить себя от пролетариата [2, с. 58].

Выход чиновником за границы своих функциональных возможностей позволяет отнести его к тому виду бюрократии, который М. Вебер назвал дисфункциональным. Сохранение статуса и привилегий требует применения манипулятивных технологий. Вполне естественно, что в ситуации нарастания конфликтной напряженности манипулятивные технологии используются для сглаживания негативных настроений по поводу власти. При этом чиновник, как субъект манипулирования, стремится адаптировать решения власти для разных целевых (социальных) групп. Цель чиновника – монопольное проведение решения, без критической оценки объектом/объектами манипулирования его содержания. Как правило, манипуляция и направлена на внедрение некоторой нормы в общество. Эффективность манипулятивного сопровождения профессиональной деятельности чиновников проверяется общественным одобрением решений, что фактически подтверждает профессиональную квалификацию и сохранение служебного места чиновника.

Роль чиновника, выполняющего некий «заказ» общества на улучшение жизни на-

селения, превращается в роль «вершителя судеб». Чиновник воспринимается как лицо, принимающее решение в отношении большинства, и хотя бы поэтому в обществе, где личность – основная социальная ценность, возникает ощущение манипулирования. Другими словами, «социальная миссия» противоречит роли «стоящего над... кем-то». С одной стороны, чиновник должен стремиться к карьерному росту в рамках своей профессиональной ниши, с другой – он не может обойтись без общественного одобрения. Манипулирование сознанием общественности позволяет сдерживать общественное несогласие и «гасить» социальные конфликты.

В либеральном обществе профессиональным дискурсом манипулирования со стороны власти является демократия. Демократия превращается в манящую идею участия общества в создании законов и управлении политикой, используемой для манипулирования. Существует достаточно тонкая грань между реальными возможностями граждан и социально-политическими мифами. Последние необходимы потому, что создают и поддерживают социальные стереотипы, успокаивая общественное мнение и создавая ощущение стабильности.

Манипулятивные технологии депутатов представляют особый интерес. Отдельно надо выделить электоральные технологии. В распоряжении депутата, как правило, целая «армия» профессионально подготовленных людей, знающих технологии манипулирования. Так, по мнению П. Шампаня, специально подготовленные «социальные агенты»: политологи, политические журналисты, специалисты по опросам, специалисты по коммуникациям и др. – прямо участвуют в политической игре, создавая «новое социальное пространство». Деятельность проводится в рамках общей «игры», или процесса, в который вовлечены другие субъекты манипуляции, что значительно облегчает задачу. Манипулирование получает здесь необходимый дискурс, предполагающий существование принятых ролей – избираемого и избирателей. После избрания кандидата на пост формы манипулирования изменяются, поскольку избранный получает доступ к определенным ресурсам.

Известно, что одна из ключевых обязанностей депутата – обеспечить народное представительство на территории, по которой был избран. Он обязан:

• регулярно поддерживать связь с избирателями своего округа;

• информировать избирателей о своей деятельности;

• не менее одного раза в год отчитываться о своей работе перед избирателями округа;

• соблюдать правила этики; ответственность за нарушение норм депутатской этики;

• участвовать в работе сессий представительного органа местного самоуправления;

• лично участвовать в работе комитета или комиссии, членом которой он является.

Кроме того, он имеет право образовывать добровольные депутатские объединения – фракции, депутатские группы и др. [5, с. 187].

К специфической форме манипулирования в этот период можно отнести лоббирование. История формирования лоббирования не всегда предполагала легальный характер такого вида манипулирования, напротив термин «лоббирование» обозначал прямую покупку голосов за деньги. В настоящее время лоббизм всё больше понимается как естественный инструмент взаимоотношений власти и общества, установление связей с должностным лицом с целью добиться принятия выгодного для манипулятора решения.

В современном обществе перед каждым политиком встает дилемма: с одной стороны, его социальная роль предполагает использование манипулятивных действий, с другой – результативность манипулирования зависит от понимания и учета персонификации объекта манипулирования и необходимости рационализации социального манипулирования. Таким образом, «игра» становится все сложнее и «тоньше».

1. Анохин, М. Госслужба нового века: по страницам диссертационных исследований, защищенных в РАГС [Текст] / М. Анохин, М. Павлютенкова // Государственная служба. 2001. № 3 (13). С. 77–82.

2. Вебер М. Социализм // Вестник МГУ. Сер. 12: Политические науки. 1991. № 2. С. 58.

3. Восленский М.С. Номенклатура. Господствующий класс Советского Союза. М. : Советская Россия : МП «Октябрь», 1991. 624 с.

4. Заславская, Т.И. Современное российское общество: социальный механизм трансформации [Текст] : учеб. пособие / Т.И. Заславская ; Моск. высш. шк. социал. и экон. наук. Интерцентр. М. : Акад. нар. хоз-ва при Правительстве Рос. Федерации : Дело, 2004. 398 с.

5. Зиновьев А.В. Конституционное право России: проблемы теории и практики. М. ; СПб. : Герда, 2000. 405 с.

6. Крыштановская, О. В. Анатомия российской элиты [Текст] / О. В. Крыштановская. М. : Захаров, 2005. 381 с.

7. О Реестре должностей Федеральной государственной гражданской службы [Электронный ресурс] : указ Президента Российской Федерации : от 31.12.2005 № 1574 : ред. от 26.01.2011 // КонсультантПлюс : справ.-правовая система, разд. Законодательство. – М., 1992–2011. Загл. с экрана.

8. Рывкина, Р.В.http://lib.cisr.ru:5880/LIB/irbis64r_81/cgiirbis_64.exe?Z21ID=&I21DBN=IBIS&P21DBN=IBIS&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=fullw&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=M=&S21COLORTERMS=0&S21STR=Формирвание новых экономических классов в России [Текст] / Р.В. Рывкина // Социологический журнал. 1994. № 4. С. 36–45.

9. Кому принадлежат россиянские СМИ [Электронный ресурс]. 2009. 7 янв. Режим доступа: http://www.liveinternet.ru/users/sokol_14/post93393616/ Загл. с экрана (дата обращения: 18.02.2013 г.).

10. Шампань, П. Делать мнение: новая политическая игра [Текст] : [пер. с фр.] / П. Шампань. М. : Socio-Logos : Фирма «АДАПТ», 1997. 335 с.

1. Anohin, M. Gossluzhba novogo veka: po stranicam dissertacionnyh issledovanij, zashhishhennyh v RAGS [Tekst] / M. Anohin, M. Pavljutenkova // Gosudarstvennaja sluzhba. 2001. № 3 (13). S. 77–82.

2. Veber M. Socializm // Vestnik MGU. Ser. 12: Politicheskie nauki. 1991. № 2. S. 58.

3. Voslenskij M.S. Nomenklatura. Gospodstvujushhij klass Sovetskogo Sojuza. M. : Sovetskaja Rossija : MP «Oktjabr'», 1991. 624 s.

4. Zaslavskaja, T.I. Sovremennoe rossijskoe obshhestvo: social'nyj mehanizm transformacii [Tekst] : ucheb. posobie / T.I. Zaslavskaja ; Mosk. vyssh. shk. social. i jekon. nauk. Intercentr. M. : Akad. nar. hoz-va pri Pravitel'stve Ros. Federacii : Delo, 2004. 398 s.

5. Zinov'ev A.V. Konstitucionnoe pravo Rossii: problemy teorii i praktiki. M. ; SPb. : Gerda, 2000. 405 s.

6. Kryshtanovskaja, O. V. Anatomija rossijskoj jelity [Tekst] / O. V. Kryshtanovskaja. M. : Zaharov, 2005. 381 s.

7. O Reestre dolzhnostej Federal'noj gosudarstvennoj grazhdanskoj sluzhby [Jelektronnyj resurs] : ukaz Prezidenta Rossijskoj Federacii : ot 31.12.2005 № 1574 : red. ot 26.01.2011 // Konsul'tantPljus : sprav.-pravovaja sistema, razd. Zakonodatel'stvo. – M., 1992–2011. Zagl. s jekrana.

8. Ryvkina, R.V. Formirovanie novyh jekonomicheskih klassov v Rossii [Tekst] / R.V. Ryvkina // Sociologicheskij zhurnal. 1994. № 4. S. 36-45.

9. Komu prinadlezhat rossijanskie SMI [Jelektronnyj resurs]. 2009 7 Janv. Rezhim dostupa: http://www.liveinternet.ru/users/sokol_14/post93393616/ Zagl. s jekrana (data obrashhenija: 18.02.2013 g.).

10. Shampan', P. Delat' mnenie: novaja politicheskaja igra [Tekst] : [per. s fr.] / P. Shampan'. M. : Socio-Logos : Firma «ADAPT», 1997. 335 s.

UDC 316.344.42

POLITICAL ELITE AS A SOCIAL BASIS OF THE SUBJECTS OF MANIPULATING

Sergeeva Zoya Nikolaevna,
Novosibirsk State Technical University,
chair of social mass media, senior professor,
Novosibirsk, Russia.
E-mail: zoya-sergeeva@list.ru

Annotation
Political elite is considered to be the social basis for political manipulating and is heterogeneal. There are three groups: elected by people – deputies, nominated by Government – civil servants and business elite, each of them being different in its manipulative strategies, means and ways of manipulating and purposes.

Key concepts:
manipulating, subject, object, communication, political elite.