

СОЦИОЛОГИЯ УПРАВЛЕНИЯ

УДК 316.344.42

A.A. Rud

PROBLEMS OF IMPROVING MANAGEMENT OF SOCIAL MOBILITY AS TOOL OF SELECTING REGIONAL POLITICAL ELITE

Arina Rud – candidate for PhD at the Department of Sociology of St. Petersburg State University of Economics, St. Petersburg; e-mail: Drozdov_gd@mail.ru.

The relevance of the research is determined by the growing importance of regional authority and political elite under the ongoing modernization of the Russian society and the need for adequate response to new challenges. We carry out the analysis of the main directions of the modern government policy ensuring purposeful selection of regional authority and political elite. As a result we offer a group of priority directions of the government policy contributing to the recruitment of the most worthy, skillful persons in the elite structure. The need to find a system solution of problems in question is substantiated.

Keywords: authority elite; political elite; regional elite; social mobility; recruitment; youth policy; political marketing.

А.А. Рудь

ПРОБЛЕМЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ УПРАВЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ МОБИЛЬНОСТЬЮ КАК ИНСТРУМЕНТОМ ОТБОРА РЕГИОНАЛЬНОЙ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ЭЛИТЫ

Арина Алексеевна Рудь – аспирант кафедры социологии, ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный экономический университет», г. Санкт-Петербург; e-mail: Drozdov_gd@mail.ru.

Актуальность статьи обусловлена ростом значимости региональной властной и политической элиты в условиях продолжающейся модернизации российского общества и необходимости адекватного реагирования на новые вызовы. Автором проведен анализ основных направлений современной государственной политики, обеспечивающих целенаправленный отбор региональной властной и политической элиты. В результате сформирована группа приоритетных направлений государственной политики, способствующих рекрутированию наиболее достойных, профессионально компетентных лиц в состав элиты. Обоснована необходимость системного решения задач в рамках данных направлений.

Ключевые слова: властная элита; политическая элита; региональная элита; социальная мобильность; рекрутирование; молодежная политика; политический маркетинг.

Социальная мобильность относится к процессам, которые могут быть связанными с самостоятельным прохождением индивидами социальных лифтов, а с другой стороны, выступать инструментом, используемым политической элитой для регулирования процесса отбора новых членов политической элиты, способных поддерживать желаемый баланс между стабильностью власти и обеспечением ее

преемственности при частичном обновлении состава элиты. На практике эти процессы могут вступать в противоречия или, наоборот, действовать согласованно, способствуя мотивированному отбору более достойной элиты.

Рассмотрим основные направления инструментального регулирования процессов формирования властной и политической элиты.

В зависимости от *политического режима*, в рамках которого осуществляется деятельность политической или властной элиты, выбирается один из двух базовых вариантов построения системы (и соответствующего механизма) рекрутирования элиты.

В том случае, если политический режим предполагает действие достаточно жестких и консервативных норм и предписаний, используются преимущественно авторитарные методы управления персоналом, то есть группа элиты как система характеризуется высоким уровнем закрытости. При этом используется соответствующая система рекрутирования элиты, которую в политологии определяют как «систему гильдий». В рамках закрытого политического режима административному регулированию может быть подвержена любая процедура, имеющая отношение к рекрутированию элиты, от подготовки представителей будущей элиты до их включения в систему высших эшелонов власти. В частности, по мере продвижения к кандидатам на выдвижение могут предъявляться конкретизированные требования к уровню образования и квалификации, стажу и опыту работы и пр. В качестве такого политического режима можно назвать режим, действовавший во властных структурах СССР и других стран социализма или стран с диктаторским режимом, с их командно-административными методами управления, номенклатурным отбором персонала, отсутствием конкуренции, высоким уровнем стремления к самосохранению элиты (результатом чего является отбор элиты по протекции, учет лояльности руководству как наиболее значимого качества и т.п.), предсказуемостью большинства решений, принимаемых элитой.

В этих условиях во властную элиту практически закрыт доступ людей творческих, нестандартно мыслящих, способных на самостоятельные нетривиальные решения. Отметим, что для закрытого политического режима характерно регулярное использование административного ресурса, например, при проведении избирательных компаний и процедур выборов.

Соответственно по мере стабилизации элиты в условиях подобного режима увеличивается дистанция между властной элитой и населением, у которого постепенно снижается уровень доверия к официальной власти.

Другим крайним вариантом политического режима является «открытый режим», в условиях которого существует значительно более гибкая система рекрутирования в состав правящей и властной элиты, обычно определяемая как «антрепнерская». Для данного политического режима характерны открытость властных структур, преобладающий демократический стиль управления, широкое обсуждение подготавливаемых решений, учет деловых и профессиональных качеств в конкуренции на занятие руководящих постов.

К числу недостатков антрепнерской системы следует отнести то, что она может привести к формированию в определенной степени аморфной элиты, которая может быть недостаточно эффективной в сложных природно-климатических условиях, в регионах с высокими рисками межэтнических и межконфессиональных конфликтов, а также угроз терроризма. При подобном политическом режиме есть вероятность попадания в состав элиты лиц случайных, не способных взять на себя ответственность за разрешение проблем, стоящих перед регионами.

По мнению Е.А. Орех, основным различием указанных выше двух практик рекрутирования элиты является позиция «селектората», то есть группы лиц, осуществляющих выбор (отбор, селекцию) в состав элиты. Соответственно, для закрытого типа политического режима и соответствующей ему системы номенклатурного рекрутирования политической элиты характерно обращение к более узкому селекторату (селекции «сверху»), результатом чего становится формирование гомогенной структуры элиты [5]. И наоборот, при открытом политическом режиме и соответствующей ему «антрепнерской» системе отбора элиты, определяемой также как «альтернативно-выборный механизм рекрутирования», обеспечивается

преимущественно гетерогенный состав элиты за счет выдвижения лиц, обладающих разными качествами [5].

Однако в «чистом» виде крайние варианты на практике практически не встречаются, тем более речь, по сути, идет об альтернативе «открытая» – «закрытая» системы. Поэтому на практике чаще встречаются смешанные формы режимов и соответствующих систем рекрутирования элиты. Вместе с тем, ни одна из существующих систем отбора правящей элиты не может гарантировать ее высокий интеллектуальный и профессиональный уровень, обеспечить желаемое для общества нравственное качество [10].

В то же время отметим, что политические режимы закрытого типа на региональном уровне более часто встречаются в северных субъектах Российской Федерации, имеющих сложные природно-климатические условия, а также в национальных республиках, регионах с высокими рисками межэтнических конфликтов и терроризма.

Вторым направлением, способствующим рекрутированию политической элиты, является *государственная молодежная политика*, которая по замыслу разработчиков «Основ государственной молодежной политики в Российской Федерации до 2025 года» (далее – «Основы») призвана выступать в качестве организационно-правовой базы, на основе которой реализуется система мер, «... направленных на гражданско-патриотическое и духовно-нравственное воспитание молодежи, расширение возможностей для эффективной самореализации молодежи и повышение уровня ее потенциала в целях достижения устойчивого социально-экономического развития, глобальной конкурентоспособности, национальной безопасности страны, а также упрочения ее лидерских позиций на мировой арене» [3].

Вместе с тем, в «Основах», несмотря на ряд позитивных моментов, связанных с патриотическим воспитанием молодежи, опорой на традиционные для России культурные ценности и т.п., содержится ряд недостаточно обоснованных положений и пробелов. В частности, это касается

определения цели молодежной политики; недостаточное внимание уделяется освоению молодежью цивилизационных ценностей; формированию у молодежи навыков производительного труда; недостаточное внимание к формированию условий для полноценного включения в общественную жизнь молодежи с инвалидностью (инвалидов с заболеваниями опорно-двигательного аппарата, лиц со слепотой, аутистов и пр.), что ограничивается в «Основах» лишь тезисом о создании для лиц с ограничениями и инвалидностью равных возможностей обучения, трудоустройства и т.д. В результате, значительная часть молодежи выпадает из сферы интересов молодежной политики (то есть пребывает в дискриминационном статусе).

В качестве одного из позитивных положений, имеющих отношение к социальной мобильности, можно назвать одну из приоритетных задач, сформулированную в «Основах» следующим образом: «... создание условий для реализации потенциала молодежи в социально-экономической сфере, а также внедрение технологии "социального лифта"» [3]. Следует отметить, что сложная и проблемная задача политической мобилизации молодежи и ее привлечения к активному участию в процессах социально-экономического развития страны и регионов, освоению конструктивных путей продвижения в состав политической (властной) элиты становится особенно актуальной в условиях осуществляемой в настоящее время модернизации страны.

Молодежные движения в партиях, а также действующие самостоятельно вне партийной принадлежности (в том числе различные неформальные молодежные объединения), как и сами партии, характеризуются полярностью целей и позиций: от максимально радикальных, ставящих целью революционный захват власти, до ориентированных исключительно на поддержку правящей партии. Наличие или отсутствие в конкретной партии молодежного движения («молодежного крыла») отражает молодежную политику конкретной партии. При этом преследуются две главные цели: во-первых, подготовить

условия для социального продвижению молодежи в политические и властные структуры и, во-вторых, способствовать продвижению партийных идей и ценностей в более широкой молодежной среде.

Следует отметить, что в настоящее время практически в каждой партии есть молодежное «крыло», ориентированное на решение двух основных задач: обеспечение социального продвижения молодежи, причастной к партийной идеологии и разделяющей пропагандируемые соответствующей партией ценности, в политические и властные структуры и расширение электората за счет привлечения молодежи избирательного возраста к участию в выборах и поддержки кандидатов (в том числе молодых) от партии. Вместе с тем, основной проблемой молодежной политики, проводимой в партиях и общественно-политических движениях, является недостаточность системной, конструктивной работы с молодежью, в том числе путем ее привлечения к решению проблемных задач развития страны. Основной акцент делается на привлечение молодежи в качестве дополнительного ресурса во время избирательных кампаний.

Важно также учитывать, что, согласно оценке ситуации в разных странах мира, по мере взросления молодежи достаточно часто происходит процесс ее перетекания из сферы молодежной субкультуры (хиппи, панки, анархисты, радикалы левого толка и другие маргинальные группы) в сферу официальной культуры с последующей респектабельной деловой карьерой, иногда даже успешной (чему, вероятно, может способствовать достаточно активная позиция подобной молодежи, проявляющаяся в самостоятельном поиске жизненного пути). К маргинальному слою молодежи в настоящее время относят и тех, кто принадлежит к категории «хактивистов» (определяемых также как «радикальные киберактивисты»). Под «хактивизмом» понимают противозаконную деятельность, связанную с «... взломом сайтов по политическим мотивам, воспрепятствованием доступа к информационным ресурсам, размещаемым в киберпространстве и иными действиями экстремистской

направленности» [8. С. 371].

Важной задачей в социализации молодежи, формировании в ее среде будущих лидеров и представителей элиты является принятие мер по стимулированию самостоятельного мышления, умению отстаивать в процессе дискуссий (как дружеских, так и более конфронтационных) и иных коммуникаций навыки нахождения убедительных аргументов для окружающих. В качестве площадок, способствующих формированию подобных навыков, прежде всего, следует назвать: молодежные форумы (российские, региональные и международные), дискуссионные клубы и дебаты.

Примером подобного форума, организация которого обусловлена особенностями геостратегической политики России, выступает Евразийский экономический форум молодежи, представляющий собой дискуссионную площадку, на которой молодежь совместно с представителями экспертного сообщества обсуждает проблемные вопросы в странах Евразийского экономического союза, касающиеся разработки и внедрения технических и социальных новаций, развития молодежного предпринимательства, решения межэтнических проблем и пр.

Важнейшая функция государственной политики, составной частью которой является молодежная политика, заключается в *обучении и подготовке будущих представителей элиты*, в широком смысле данного понятия, включающей не только властную и политическую, но и интеллектуальную элиту (объединяющую высококвалифицированных специалистов и управленцев различных организаций и структур общества).

Помимо традиционных форм обучения в образовательных учреждениях (институтах, университетах, академиях, бизнес-школах и т.д.), используются также и специальные программы, направленные на подготовку управленческих кадров высшей квалификации, способных, по мнению инициаторов данных проектов, стать новой элитой общества. К числу таких инициативных проектов можно отнести Президентскую программу подготов-

ки управленческих кадров для организаций народного хозяйства Российской Федерации, реализация которой началась с 1998 года, согласно Указу Президента РФ [1; 2]. После прохождения обучения, оплаченного за счет бюджета программы, в образовательных учреждениях, выбранных для реализации этого проекта, участники программы получают право на стажировку в профильных российских или зарубежных организациях.

К проектам данного уровня можно также отнести более позднюю по времени программу «Глобальное образование», принятую Агентством стратегических инициатив и ставящую целью содействие развитию кадрового потенциала страны на основе целевой подготовки высококвалифицированных научных, педагогических, медицинских, инженерных и управленческих (для государственного и муниципального управления и социального обслуживания) кадров в российских и зарубежных ведущих вузах (по программам магистратуры, аспирантуры (докторантуры) и ординатуры), с содействием в профильном трудоустройстве выпускников.

В качестве одного из подходов, способствующих социальной мобильности и отбору в элиту наиболее достойных и квалифицированных кадров, в современных условиях можно назвать *политический маркетинг*, представляющий собой, как отмечает А.Е. Спасский, науку и искусство обретения политического капитала посредством разнообразных, по своей сути рыночных, операций обмена и овладения властными ресурсами [7].

Рассматривая особенности применения политического маркетинга в российских условиях, исследователи отмечают произошедший процесс трансформации данного понятия, оцениваемого первоначально, как комплекс мер, обеспечивающих победу определенному кандидату или группе лиц в результате проведенных выборов, в направлении его позиционирования, как более широкого подхода, объясняющего динамику изменения отношений потребителей (потенциальных избирателей), провоцируемых изменением политического продукта (к которому отно-

сятся не только конкретные лица, но и программные положения партий и их представителей, ценностные ориентации, взгляды и т.п.) [4].

По мнению С.Н. Пшизовой, данный переход можно объяснить изменением ведущей модели поведения потребителей политического продукта: от социологической модели, согласно которой потребители-избиратели отдают свои голоса преимущественно тем, кто наиболее популярен в их общественной среде, к более интегрированному подходу, при котором политический маркетинг рассматривается как процесс воздействия на потенциальных избирателей со стороны партий, использующих различные каналы детерминации общественного мнения [6]. Причем политический капитал партий, воздействующих на потребителей политического продукта, интегрирует парциальные капиталы (символический, утилитарный и социальный капитал), каждый из которых формируется в процессе символического, утилитарного и социального обмена.

Тема *формирования среднего класса* в условиях России представляется одной из наиболее проблемных при рассмотрении отдельных аспектов стратификации российского общества и выдвижения из его слоев представителей политической элиты. По мнению ряда социологов, отличительной особенностью среднего класса является отсутствие классообразующих качеств, касающихся выраженных политических, экономических и социальных интересов для данной достаточно дифференцированной категории населения [9].

Другой отличительной особенностью является то, что большая часть населения в социологических опросах относит себя к среднему классу, причем часть опрошенных (прежде всего, по уровню своих доходов) завышают свою оценку. Отсутствие четких критериев и тенденция респондентов к завышению своего общественного статуса делает проблематичным исследование его количественного состава. Вместе с тем, представителей данного класса отличает то, что это наиболее образованная, квалифицированная, деятельная и активная часть общества. Не слу-

чайно в последней предвыборной программе Президента РФ В.В. Путина в качестве одной из стержневых идей была использована опора на средний класс, перед которым поставлена задача, связанная с решением острых проблем и вызовов, с которыми сталкивается Россия, то есть преодоление системного кризиса в экономике, борьба с терроризмом и коррупцией, модернизация гражданского общества и т.д.

Роль среднего класса в современный период развития России обусловлена тем, что его представители составляют большую часть творческой интеллигенции, являются организаторами, руководителями и ведущими работниками малых и средних организаций, чиновниками среднего ранга. То есть они выступают в качестве кадровой основы государственной и муниципальной службы и др.

Таким образом, к числу основных инструментов, стимулирующих процессы социальной мобильности, способствующих рекрутированию региональной политической и властной элиты, целесообразно отнести:

- построение государственной системы рекрутирования властной элиты, основанной на применении конкурсных процедур отбора в состав государственной и муниципальной службы, с учетом особенностей регионального политического режима и соответствующей данному режиму специфики системы отбора элиты;

- совершенствование государственной молодежной политики в части мобилизации молодежи для активного участия в процессах социально-экономического развития страны и регионов;

- создание условий для организации молодежных движений при партиях и других общественно-политических движениях, акцентируя их внимание не на конфронтационных акциях, применяемых чаще всего в предвыборных кампаниях, а на формировании конструктивной позиции в решении задач модернизации страны;

- организация молодежных форумов, дискуссионных клубов, молодежных дебатов и других российских и междуна-

родных площадок и проектов, способствующих формированию инициативных, самостоятельно мыслящих молодых политиков и экспертов, приобретающих навыки отстаивания своих ценностей и убеждений;

- продолжение практики организации государственных программ по подготовке из числа мотивированной молодежи управленческих кадров для организаций народного хозяйства, государственных и муниципальных органов власти Российской Федерации;

- использование политического маркетинга и представление качественных политических продуктов (программ, проектов, ценностей, конструктивных решений проблем и т.п.), стимулирующих квалифицированных молодых специалистов (как потребителей политических продуктов) на рост социальной мобильности, профессиональную и руководящую карьеру, способствующую рекрутированию в состав политической и властной элиты;

- содействие формированию среднего класса и привлечению его лучших представителей для решения острых проблем и вызовов, с которыми сталкивается современная Россия.

ЛИТЕРАТУРА

1. Указ Президента Российской Федерации от 23 июля 1997 г. № 774 «О подготовке управленческих кадров для организаций народного хозяйства Российской Федерации». Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».

2. Постановление Правительства Российской Федерации от 24 марта 2007 г. № 177 «О подготовке управленческих кадров для организаций народного хозяйства Российской Федерации в 2007/08–2014/15 учебных годах». Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».

3. Основы государственной молодежной политики в Российской Федерации до 2025 года, утв. Постановлением Правительства РФ от 29 ноября 2014 г. № 2403-р. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».

4. *Ильясов Ф.Н.* Политический маркетинг, или Как «продать» вождя // Полис.

1997. № 5. С. 88–100.

5. Орех Е.А. Изменение механизма рекрутирования политико-административной элиты в современной России: автореф. дис. ... канд. социол. наук. СПб., 2006.

6. Пишова С.И. Демократия и политический рынок в сравнительной перспективе (I) // Полис. 2000. № 2. С. 30–44.

7. Спасский А.Е. Предмет политического маркетинга: опыт теоретического анализа: автореф. дис. ... канд. полит. наук. Екатеринбург, 2005.

8. Чанурко Т.М., Уткин В.Н. Молодежные элиты и политико-экстремистские процессы в молодежном хактивизме // Элитология России: современное состоя-

ние и перспективы развития: материалы Первого всероссийского элитологического конгресса с международным участием, 7-8 октября 2013. Т. 2. Ростов н/Д: Изд-во ЮРИФ РАНХиГС, 2013.

9. Тенденции в формировании «среднего класса» в России // Радио «Свобода»: [сайт]. URL: <http://www.svoboda.org/content/transcript/3557669.html> (дата обращения: 04.04.2015).

10. Типология элит. Системы рекрутирования политических элит // Политология: [сайт]. URL: <http://all-politologija.ru/knigi/politologiya-kurs-lekcij-ovcharova-litvinchuk/tipologiya-ELIT-sistemi-rekrutirovaniya-politicheskix-ELIT> (дата обращения: 04.04.2015).