

УДК 321.01:070(470.324)''20''

ПОЛИТИЧЕСКАЯ ЭЛИТА ВОРОНЕЖСКОЙ ОБЛАСТИ: КОММУНИКАТИВНЫЙ И СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТЫ

© 2014 Д.А. Конопкина, В.В. Тулупов

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 5 февраля 2014 года

Аннотация: В статье рассматривается политическая элита Воронежской области с точки зрения построения внутригрупповых коммуникаций и коммуникаций с обществом, каналов рекрутирования, а также концентрации ресурсов.

Ключевые слова: политическая элита, межэлитные коммуникации, PR-технологии, система рекрутирования элит.

Abstract: The article considers the political elite of Voronezh region in terms of the structure of intragroup communications, public relations, channels of the recruitment and the concentration of resources.

Key words: Political elite, inter-elite communication, PR-technologies, elite recruitment system.

Региональные политические элиты выступают одним из ключевых субъектов политических процессов в современной России. Несмотря на активные процессы централизации, борьбу с региональным сепаратизмом и построение жесткой вертикали власти в период первых двух сроков президентства В. В. Путина, региональные элиты так или иначе оказывают влияние на формирование политической и социально-экономической «повестки дня» на федеральном и региональном уровнях.

Справедливо полагать, что региональные элиты выступают поставщиком кадров для федеральной власти. Это происходит как формальным путем, например, через институты законодательной власти, так и неформальным – посредством личных связей. Кроме того, региональные власти зачастую являются проводником федеральной политики на местах. Легитимность регионального лидера, наличие или отсутствие контрэлиты, способы межэлитной коммуникации, а также особенности взаимоотношения региональных властей с населением – все это формирует индивидуальный политический климат в регионах и позволяет исследователям выделять специфические региональные модели управления [6, С. 23]. Актуальность исследования региональных элит определяется также активизацией политических процессов в регионах, о чем свидетельствуют отдельные победы оппозиции в рамках электорального цикла прошедшего 2013 года.

Анализ элиты Воронежской области с точки зрения ее объективных внутригрупповых ха-

рактеристик и с точки зрения транслируемых средствами массовой информации ее портретов и образов позволяет глубже понять и проанализировать региональный правящий класс. Ключевыми внутригрупповыми характеристиками элиты выступают способы господства и взаимодействия, каналы рекрутирования, а также институционально-групповая автономия.

Основным параметром способов господства и взаимодействия элиты выступают тип ее легитимности и соотношение механизмов побуждения и принуждения как в межэлитных коммуникациях, так и во взаимодействиях элиты и общества. Для Воронежской области характерен высокий уровень персонального авторитета Алексея Гордеева, традиционно возглавляющего список самых влиятельных политиков области [3]. Именно доверие граждан лично к губернатору является основным фактором легитимации регионального правящего класса. Характерно, что в период парламентских выборов 2011 г. и выборов мэра Воронежа политтехнологи широко апеллировали к данному ресурсу легитимации. Так, в декабре 2011 г. избирателям предлагалось поддержать Алексея Гордеева и проголосовать за «Единую Россию», а в сентябре минувшего года избиратели увидели идущих в ногу губернатора и кандидата в мэры Александра Гусева, своеобразный региональный тандем. Однако персонифицированный тип легитимности власти является исторически неустойчивым, в отличие от рационально-легального типа, когда легитимация происходит на уровне институтов. Отсутствие сильных конкурентов позволяет Алексею Гордееву уверенно лидировать среди региональных

© Д.А. Конопкина, В.В. Тулупов, 2014

политиков, но, в то же время, губернатор теряет очки в рейтинге влияния глав субъектов Российской Федерации, что говорит об ослаблении его авторитета в регионе. Так, занимая в сентябре 2013 г. 10 строчку рейтинга, в октябре Алексей Гордеев стал 16-м [1], в декабре оказался на 25-й позиции, переиместившись из группы губернаторов с очень сильным влиянием в группу губернаторов с сильным влиянием [7].

Соотношение механизмов побуждения и принуждения говорит в пользу второго. Будучи не всегда легитимным, принуждение доминирует как во взаимоотношениях элиты и общества, подкрепляясь типичной мобилизационной риторикой, так и в межэлитных коммуникациях, которые имеют преимущественно вертикальный характер. Способы господства и взаимодействия региональной элиты характеризуются административным давлением, патронажно-клиентельными отношениями и низким уровнем развития демократических институтов [2, С. 82].

Здесь важно затронуть аспект связей с общественностью. В последнее время нередко роль PR-технологий переоценивается¹, хотя на конечный результат любой кампании продвижения влияет множество факторов. Немалое значение имеют личные качества, внутренние PR и т.п., но все же всегда первенствуют глубинные вещи: геополитика, менталитет, экономика, содержание деятельности лидера, партии, организации. При этом следует признать, что, например, выборные технологии могут опираться также на маркетинговый подход: политик, партия, программа – те же «товары», которые выбираются из множества конкурирующих; некоторые классические методы, средства и приемы продвижения применяются и здесь, но, естественно, с учетом особенностей «создания» и «содержания» «товара». Лидер – человек со своей судьбой, историей деятельности; партия – некая олицетворенная идеология, при этом соединенная как с образом лидера, так и с образом массы; программа – идеология, представленная в виде формулировок, формул – девизов, слоганов. Думается, выборы – своеобразная кода, некий завершающий этап продвижения. Выборная кампания использует рекламные и политические технологии, хотя все вместе они работают (или не работают) на позитивный PR-эффект.

Если признать многие начинания власти не только как PR-проекты, а знак проявления истинной заботы о гражданах, о стране, то очевидно: большинство из них нуждается в PR-поддержке на всех этапах реализации. Это означает, что перед качественной журналистикой, связями с общественностью, социальной рекламой также ставятся серьезные долгосрочные задачи².

Каналы рекрутирования региональной политической элиты могут быть охарактеризованы как преимущественно закрытые или полузакрытые. Как и в случае с федеральной элитой, сам аппарат исполнительной власти продолжает оставаться самым мощным механизмом поставки кадров через каналы восходящей и нисходящей вертикальной или горизонтальной мобильности. Кроме того, профессиональное прошлое части членов правительства связано с работой в государственных и муниципальных учреждениях и предприятиях. Смелая попытка А. Гордеева включить в состав правительства бизнес-элиты была свернута [4]. Несмотря на регулярное обновление кадрового состава высшего эшелона власти, фактического притока новых кадров из бизнес-среды или из научного сообщества не происходит.

Сами представители региональной политической элиты в ходе глубинных интервью и фокус-групп высказали мнение о том, что личные связи и деньги остаются решающими факторами при назначении на руководящие посты. Затем – поддержка правящей партии и личные качества. Такого рода кадровая политика выливается в острый кадровый голод в регионе, который констатируют сами представители региональной власти. Кроме того, они отмечают наличие определенного «профессионального потолка», негибкость управленческих структур и всей системы властных отношений. Преодолеть указанный «потолок» помогают исключительно связи и деньги. В связи с этим эксперты делают смелые прогнозы о кардинальной смене региональной и местной элиты, потому что «она не видит людей, не работает для людей» [5, С. 75].

Таким образом, преимущественно закрытая система рекрутирования элит Воронежской области негативно отражается на ее кадровом потенциале, перекрывая каналы притока так называемой «свежей крови». Отсутствие механизмов циркуляции элит ведет к вырождению правящей элиты.

Институционально-групповая автономия показывает степень слияния политической, административной, бизнес-элиты, а также представителей информационной элиты, уровень концентрации ресурсов в руках элиты. Монолитная элитная группа, обладающая сверхконцентрированными ресурсами и действующая в соответствующей институциональной среде, будет глуха к общественным запросам, предельно коррумпирована, слабо контролируема обществом. Система сдержек и противовесов будет отсутствовать, позволяя узкой сплоченной правящей группе диктовать собственные «правила игры». Воронежская элита представляется именно такого рода правящей группой.

Взамен институционального дизайна с четкой структурно-функциональной дифференциацией в регионе существует определенный клановый дизайн. Наличие нескольких группировок внутри элиты, которые не всегда осуществляют открытую политическую борьбу, всегда было характерно для Воронежской области, однако, с приходом Алексея Гордеева началась борьба с клановостью, которая, по замыслу команды губернатора, должна была привести одновременно к победе коррупции в регионе. Несмотря на определенные успехи по нейтрализации клановых группировок в политике, переход региональной и муниципальной власти из режима конфликта в режим тесного партнерства, говорить о победе над коррупцией было бы неверно. Сконцентрированные в руках нескольких кланов ресурсы перешли под контроль команды Алексея Гордеева. Сращение партийной и административной элиты, наличие у правящей группировки сильного информационного ресурса, невозможность построения серьезного бизнеса в регионе без наличия контактов с представителями властных структур – все эти черты характерны для Воронежской области.

ПРИМЕЧАНИЯ:

1. Даже несмотря на то, что наиболее эффективны PR-кампании, опирающиеся на мощный креатив, представлять этот процесс в виде «игры-конструктора» или «игры в пазлы» (картинка обязательно соберется, если правильно действовать) было бы излишним упрощением.
2. При этом остается актуальным ряд проблем: определение целей, методов, средств, профессиональных стандартов подлинных публичных рилейшнз; укрепление имиджа PR как общественно-значимой деятельности (в противовес устоявшемуся мнению о ней как манипулятивной, пропагандистской, «черной» и т.п.). Профессиональному сообществу важно отделить себя от имитаторов профессии, намеренно пренебрегающих этическими

*Конопкина Д. А.
Воронежский государственный университет.
Аспирант кафедры социологии и политологии
E-mail: konopkina.vrn@gmail.com*

*Тулупов В. В.
Воронежский государственный университет.
Зав. Каф. рекламы и дизайна
E-mail: vlvtul@mail.ru*

нормами; от узкого круга «сведущих», создающих мифы о своей избранности, о всеисильности только им известных технологий. Клановость тормозит развитие как самого социального института, так и его базовых компонент: законодательства, инфраструктуры, системы профессий и произведений, научного направления, учебной дисциплины и др.

ЛИТЕРАТУРА:

3. Алексей Гордеев потерял шесть позиций в рейтинге влиятельных губернаторов. URL: <http://xn--80aahjjduxiz7ae.xn--p1ai/component/k2/item/4113-алексей-гордеев-потерял-6-позиций-в-рейтинге-влиятельных-губернаторов>.
4. Глухова А. В. Модернизационный потенциал общества глазами воронежской элиты / А. В. Глухова // Вестник ВГУ (серия: История, политология, социология). – 2013. – № 1. – С. 81-85.
5. Инфографика – Самые влиятельные политики и бизнесмены Воронежской области. URL: http://abireg.ru/n_34694.html.
6. Конопкина Д. А. Региональная политическая элита: пути и методы обновления / «Столица и провинция: история взаимоотношений». Материалы Шестой региональной научной конференции (г. Воронеж, 3 февраля 2012) / [под. общ. ред. проф. В. Н. Глазьева]. – Воронеж: ИСТОКИ, 2012. – С. 388-389.
7. Модернизационный потенциал Воронежской области: опыт исследования и условия реализации. Монография / [под ред. проф. А. В. Глуховой]. – Воронеж: ИСТОКИ, 2012. – 191 с.
8. Оболонская Е. А. Сетевые сообщества в политическом пространстве региона / Е. А. Оболонская // Вестник ВГУ (серия: История, политология, социология). – 2008. – №1. – С. 19-27.
9. Орлов Д. Рейтинг влияния глав субъектов РФ в декабре 2013 года. URL: <http://www.regcomment.ru/articles/rejting-vliyaniya-glav-subektov-rossiyskoy-federatsii-v-dekabre-2013-goda/>.

*Konopkina D.
Voronezh state university. The postgraduate student of cathedral of sociology and political science.
E-mail: konopkina.vrn@gmail.com*

*Tulupov V.
Voronezh state university. Manager. caf. Advertizing and design.
E-mail: vlvtul@mail.ru*