

УДК 329.058

DOI: 10.26140/anie-2019-0803-0003

ТЕХНОЛОГИИ ФОРМИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ КОМПОНЕНТЫ В ПРОГРАММАТИКЕ РОССИЙСКИХ ПОЛИТИЧЕСКИХ ПАРТИЙ

© 2019

Захаров Сергей Алексеевич, аспирант кафедры философии и социологии

Академия труда и социальных отношений

(119454, Россия, Москва, ул. Лобачевского, д. 90, e-mail: zaharov9@mail.ru)

Аннотация. Настоящая статья представляет собой попытку выработки оптимального набора политических механизмов и технологий, способных качественным образом улучшить работу партий в сфере подготовки их программных текстов. Целесообразность обращения к заявленной проблеме обусловлена нарастающей тенденцией к снижению репрезентативности российских политических партий по отношению к широким социальным общностям и группами интересов. Особое внимание уделяется разделу «социальная политика», присутствующему в программах всех политических партий РФ, поскольку именно он непосредственным образом затрагивает интересы массового избирателя. Автор предлагает пошаговый алгоритм формирования социальной составляющей программтики (вне зависимости от идеологической принадлежности партии), которая может быть рекомендована к практическому внедрению. Данный алгоритм предполагает реализацию организационного, коммуникативного, дискуссионного и финального этапов. Основное достоинство разработанной автором модели заключается в том, что она охватывает широкий спектр технологий разработки партийной программтики; позволяет учесть мнение всех заинтересованных групп; позволяет согласовать интересы рядовых членов и лидеров партии в процессе разработки партийной программы; обеспечивает четкое распределение обязанностей и функций между разными субъектами, участвующими в процессе разработки программ, привлекает на сторону партии избирателей и новых партнеров.

Ключевые слова: политические партии, партийные программы, выборы, политические технологии, политическая система РФ, группы интересов, политические институты, электоральные процессы, социальная политика, социальная компонента партийной программтики, политический дискурс, общественные движения.

TECHNOLOGIES OF FORMING THE SOCIAL COMPONENTS IN THE PROGRAMMATICS OF RUSSIAN POLITICAL PARTIES

© 2019

Zakharov Sergey Alekseevich, graduate student the department

of philosophy and social science

Academy of Labour and Social Relations

(117454, Russia, Moscow, Lobachevsky Street, 90, e-mail: zaharov9@mail.ru)

Abstract. This article is an attempt to develop an optimal set of political mechanisms and technologies that can qualitatively improve the work of parties in the preparation of their program texts. The expediency of addressing the stated problem is due to the growing tendency to reduce the representativeness of Russian political parties in relation to broad social communities and interest groups. Particular attention is paid to the section “social policy”, which is present in the programs of all political parties of the Russian Federation, since it is he who directly affects the interests of the mass voter. The author proposes a step-by-step algorithm for the formation of the social component of the programmatic (regardless of the ideological affiliation of the party), which can be recommended for practical implementation. This algorithm involves the implementation of organizational, communicative, discussion and final stages. The main advantage of the model developed by the author is that it covers a wide range of party programmatic development technologies, allows to take into account the opinion of all interested groups, allows to coordinate the interests of ordinary members and party leaders in the process of developing a party program, provides a clear distribution of responsibilities and functions between different actors, participating in the program development process, attracts voters and new partners to the party.

Keywords: political parties, party programs, elections, political technologies, the political system of the Russian Federation, interest groups, political institutions, electoral processes, social policy, the social component of party programming, political discourse, and social movements.

Программа политической партии как концентрированное выражение ее идеологической платформы является неотъемлемым атрибутом представительной демократии и парламентаризма. Вместе с тем, настоящей проблеме в современной России посвящено сравнительно небольшое число работ. Наиболее актуальные исследования в данной области проводились такими отечественными исследователями, как Галкина Е.В., Горлов М.В., Каверзина Н.П., Степаниденко М.С. [1,2,3].

Социальная составляющая, так или иначе присутствующая в программатике всех политических партий, представляется чрезвычайно существенным компонентом, поскольку именно к ней приковано внимание массового избирателя. Ее всесторонним изучением в нашей стране занимались Аверин А.Н., Романова Н.Г., Шаповалов В.Л. [4,5,6]. Вышеперечисленные работы посвящены, главным образом, текстуальному анализу партийных программ, тогда как для автора настоящей статьи наибольший интерес представляет технологическая сторона вопроса, а именно конкретные инструменты и механизмы, используемые для написания программ конкретными партиями и общественными движениями.

Проведенный нами мониторинг позволил установить, что российские парламентские партии, формально придерживающиеся разных идеологических флангов,

в равной степени используют социально-консервативную (зачастую даже социалистическую) риторику, давая популистские, априори невыполнимые, обещания. Невозможность реализации данных обещаний на практике свидетельствует о том, что партии не воспринимают собственные программы в качестве реального плана действий и не собираются следовать им на практике. Анализ программ политических партий показал, что проблема формирования партийной программтики в современной России распадается на три основные составляющие:

- однообразие программ;
- их оторванность от реальности;
- популизм (программы носят декларативный характер и не имеют экономического обоснования);
- отсутствие интереса к программам партий у населения;
- формализм (партии сами зачастую не верят в свои уставные документы и идеи).

Социальный блок партийной программы, без преувеличения является важнейшим, поскольку именно он ориентирован на нужды и потребности массового избирателя: людей труда, пенсионеров, инвалидов, а также лиц, официально относящихся к категории «бедные» (в РФ таковых около 20 млн.). Содержание и качество со-

циального блока программы напрямую определяется совокупностью механизмов и технологий, используемых для ее составления. Перечень подобных инструментов включает следующие аспекты:

1. *Бюрократический метод.* По поручению руководящих органов партии лидеры и штатные специалисты-копирайтеры целенаправленно занимаются написанием программы. К положительным сторонам подобного метода можно отнести его относительную дешевизну и оперативность. К отрицательным – игнорирование мнений широкого круга экспертов, населения, рядовых членов партии.

2. *Маркетинговый метод.* В данном случае к написанию программы привлекаются внешние эксперты, то есть имеет место использование услуг консалтинговых компаний и спичрайтеров. При этом процесс формирования программы идет быстро и профессионально, но требует больших вложений денежных средств. Также стоит отметить, что нанятые со стороны политологические консультанты, не являясь носителями партийной идеологии, зачастую пишут «сухие», безликие тексты по известным шаблонам. Подобные программы лишены должной эмоциональности, либо, наоборот, полны ложного пафоса. Тем не менее, для частных политических проектов и малых партий, создаваемых под конкретный электоральный цикл, подобная технология достаточно эффективна.

2. *Коммуникационный метод (проведение дискуссий).* Предполагает формат официальных обсуждений партийных программ («круглые столы», пленарные заседания, конференции, форумы). Позволяет учитывать широкий круг экспертных мнений и оценок. Тем не менее, подобные экспертные рекомендации, поступающие партийному руководству, зачастую игнорируются при формировании итоговой программы. Кроме того, применение данной технологии сопряжено с затратой большой доли материальных и организационных ресурсов.

3. *Сбор наказов.* Традиционная технология, представляющая собой сбор писем-пожеланий от рядовых членов партий, региональных организаций, третьего сектора. Ввиду низкого уровня развития гражданского общества и слабой политической активности россиян, данный метод работает плохо (не только в партиях, но и в общественных организациях). Наказы, присылаемые под административным давлением начальства (ради «галочки»), носят формальный и бессодержательный характер.

4. *Привлечение общественных организаций.* Общественные организации, в частности профсоюзы, лучше других знают проблемы конкретных социальных групп. Привлечение таких объединений в рамках взаимовыгодного сотрудничества дает партии электоральный бонус. При формировании программы общественная организация берет на себя некоторые технологические издержки, но при этом может злоупотребить лоббированием своих частных интересов [7].

5. *Интернет-технологии (краудсорсинг).* Использование краудсорсинговых интернет-технологий позволяет расширить аудиторию партии и привлечь к разработке ее программы не только сторонников, но и граждан без явных политических пристрастий. Доступность этой технологии омрачается низкой конструктивностью диалоговых процессов в сети Интернет. От цивилизованных практик пользователи быстро переходят к взаимным оскорблениям. Результаты их дискуссий крайне сложно формализовать [8].

6. *Съезд.* Последняя инстанция при формировании партийной программы. На нем программный документ формально утверждается большинством голосов, но иногда в него вносятся локальные поправки. К моменту проведения съезда, как правило, программа уже существует в ее финальной редакции, и поменять ее невозможно.

Ключевой вопрос заключается в том, насколько эф-

фективно в современной России применяются подобные технологии? Достаточен ли их перечень? Все перечисленные методы так или иначе используются в РФ, однако акцент делается на первом и последнем: к написанию партийной программы, как правило, привлекаются внутренние и внешние консультанты-технологии (копирайтеры), после чего она механически утверждается съездом. Это утверждение справедливо по отношению к социальной составляющей партийной программатики всех четырех парламентских партий, что влечет за собой закономерные проблемы.

На сегодняшний день избиратели в России демонстрируют выраженную политическую индифферентность. В значительной мере это обусловлено тем, что ни у одной из партий нет программы, способной привлечь их внимание. Значимым фактором, обуславливающим подобное состояние электората, являются методы, которые партии используют для взаимодействия с ним. Количество граждан, не участвующих в электоральном процессе, возрастает. Существенное число россиян стремятся посредством отказа от участия в данном процессе показать, что они не приемлют средства и методы, используемые при проведении избирательных кампаний.

Выборы в Парламент, прошедшие в 2016 году, привели к формированию ситуации, при которой значимость политических партий и политической оппозиции была минимизирована. В коммуникативном диалоге ведущая роль стала принадлежать Президенту. Произошла дифференциация общества с выделением двух основных лагерей: либерального и социально-консервативного. Подобная ситуация обусловлена тем, что ни одна из партий не в состоянии создать программу, выражающую интересы большинства, составляющую основу для его консолидации. При этом выборы 2016 года продемонстрировали обширный потенциал развития методов воздействия на избирателей, коммуникативных политических технологий политических партий.

Причины данных проблем носят субъективный и объективный характер. Субъективные причины кроются в нежелании руководящих органов и ответственных лиц политических партий применять правильные технологии при разработке программ, не учитываются особенности формирования таких документов. Объективные причины наличия данных проблем состоят в падении рациональности политики, электоральной апатичности граждан, отсутствии реальной межпартийной конкуренции в России.

Политические партии используют разные технологии при формировании партийной программатики, но в большинстве своем они относятся к этому формально. Как результат – программы мало ориентированы на реалии сегодняшнего дня. Оценка системности, содержания, проработки, обоснованности программных инициатив и предложений не исключает субъективности, однако подобные оценки являются весьма значимыми для выявления образа будущего, имеющегося у конкретных политических партий. Учитывая это, предлагается авторский подход к формированию партийных программ. Он представляет собой оптимальную пошаговую модель формирования социальной составляющей партийной программы (вне зависимости от идеологической принадлежности партии).

1 этап – организационный.

Создается оргкомитет по подготовке партийной программы из числа лидеров партии и специально подготовленных штатных сотрудников аппарата (как, правило представителей орготдела). Затем данный оргкомитет привлекает внешних экспертов-политологов к своей работе.

2 этап – коммуникативный.

Осуществляется предварительный сбор наказов посредством писем граждан и дискуссий в сети Интернет. Для этого можно создать специальный сайт (на данный момент нечто подобное есть только у партии «Единая

Россия»).

Аккумулируются пожелания и рекомендации со стороны общественных организаций и правозащитников, прежде всего, профсоюзов. Именно профсоюзы способны выдвинуть реалистичные и ценные предложения в таких сферах, как

- обеспечение полной занятости;
- повышение уровня оплаты труда;
- совершенствование механизмов социальной защиты;
- реформирование пенсионной системы;
- охрана труда и здравоохранение.

3 этап – дискуссионный.

Проводятся открытые дискуссионные мероприятия (конференции, круглые столы, прения) с привлечением экспертов, рядовых членов и лидеров партий, лидеров общественного мнения. Оргкомитет обобщает и формализует результаты дискуссий.

4 этап – финальный.

Лидеры партии в закрытом режиме знакомятся с альтернативными проектами и предложениями. Решаются принципиальные вопросы соответствия партийной программы ее платформе, ресурсам, целям и идеологии. Формируется итоговый проект редакции партийной программы, в том числе ее социальная составляющая. Съезд демократическим путем утверждает программу.

Достоинства описанной нами модели заключаются в том, что она

1. охватывает весь спектр технологий разработки партийной программтики,
2. позволяет учесть мнение всех заинтересованных групп,
3. способствует вовлечению экспертов в процесс разработки программы,
4. позволяет согласовать интересы рядовых членов и лидеров партии в процессе разработки партийной программы,
5. обеспечивает четкое распределение обязанностей и функций между разными субъектами, участвующими в процессе разработки программ,
6. привлекает на сторону партии избирателей и новых партнеров.

Широкое внедрение данного метода той или иной политической партией позволит оптимизировать социальный компонент ее программтики и увеличит ее электоральную базу. В то же время, трезво оценивая имеющиеся у отечественных партий ресурсы, полагаем, что подобную технологическую цепочку в полной мере способна реализовать лишь партия «Единая Россия», которая обладает для этого всеми необходимыми средствами.

Содержание социального блока программ российских политических партий напрямую определяется совокупностью механизмов и технологий, используемых для их составления. Перечень подобных инструментов включает бюрократический, маркетинговый и коммуникационный методы, а также предполагает сбор наказов, привлечение общественных организаций, применение интернет-технологий (краудсорсинг) и проведение партийных съездов. Все перечисленные инструменты так или иначе используются в современной России, однако, как правило, к написанию партийной программы привлекаются внутренние и внешние консультанты-технологи (копирайтеры), после чего она механически утверждается съездом. Это утверждение справедливо по отношению к социальной составляющей партийной программтики всех четырех парламентских партий, что влечет за собой закономерные проблемы. Для решения данных проблем предлагается поэтапный авторский алгоритм формирования партийной программы, предполагающий комплексное использование всех вышеперечисленных выше технологий.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Каверзина Н.П. Дискурсивно обусловленный образ прошло-

го в тексте программы политической партии (на материале программ партий КПРФ и ЛДПР) // Вестник Томского государственного университета. 2019. № 438. С. 40-44.

2. Галкина Е.В., Горлов М.В. Патриотическая компонента в программах российских политических партий 2016 года // Выборы: теория и практика. 2017. № 1 (41). С. 10-13.

3. Степаниденко М.С. Тематизация и проблематизация в политических программах современных российских политических партий // Современный дискурс-анализ. 2017. № 2 (17). С. 28-33.

4. Аверин А.Н. Проблемы социальной политики в предвыборных программах политических партий на выборах депутатов Государственной Думы седьмого созыва // Социальная политика и социальное партнерство. 2016. № 8. С. 46-54.

5. Романова Н.Г. Этносоциальная проблематика в предвыборных программах политических партий // Социальные взаимодействия в транзитивном обществе Новосибирск, 2012. С. 234-238.

6. Шаповалов В.Л. Социальное благополучие граждан в программах российских политических партий // Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета. 2019. Т. 9. № 2. С. 58-69.

7. Фельдман П.Я. Лоббизм: теория и практика. – М.: Горячая линия – Телеком, 2015. 120 с.

8. Фельдман П.Я. «Электронный лоббизм» как форма коммуникации общества и государства // Труд и социальные отношения. 2012. № 11. С. 71-77.

Статья поступила в редакцию 27.05.2019

Статья принята к публикации 27.08.2019