Государственное и муниципальное управление. Ученые записки. 2023. № 4. С. 242–246
*State and Municipal Management. Scholar Notes*. 2023;(4):242–246

Слово молодым ученым

Научная статья
УДК 32
https://doi.org/10.22394/2079-1690-2023-1-4-242-246 EDN VLYTDM

# Неклассическая парадигма политического управления: политический менеджмент

**Бабкен Ардаваздович Асатрян**

Законодательное собрание Ростовской области, Ростов-на-Дону, Россия

***Аннотация.*** В статье рассмотрен и проанализирован феномен политического менеджмента как отражение неклассического типа научной рациональности и неклассической парадигмы политического управления. Выявлен междисциплинарный характер политического менеджмента, возможности и ограничения его применения в политическом управлении в аспекте трансформации его манипулятивной сущности в направлении медиации и координации взаимодействия политических акторов.

***Ключевые слова:*** неклассическая парадигма политического управления, политические технологии, политический менеджмент, политическое управление, теоретико-методологическое моделирование

***Для цитирования:*** Асатрян Б. А. Неклассическая парадигма политического управления: политический менеджмент // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки. 2023. № 4. С. 242–246. https://doi.org/10.22394/2079-1690-2023-1-4-242-246. EDN VLYTDM

Young scientists

Original article

# Non-classical paradigm of political management

**Babken A. Asatryan**

Legislative Assembly of the Rostov region, Rostov-on-Don, Russia

***Abstract.*** The article considers and analyzes the phenomenon of political management as a reflection of the non-classical type of scientific rationality and the non-classical paradigm of political management. The interdisciplinary nature of political management, the possibilities and limitations of its application in political management in the aspect of transformation of its manipulative essence in the direction of mediation and coordination of interaction of political actors are revealed.

***Keywords:*** political management, non-classical paradigm of political management, theoretical and methodological modeling, political technologies

***For citation:*** Asatryan B. A. Non-classical paradigm of political management. *State and Municipal Management. Scholar Notes.* 2023;(4):242–246. (In Russ.). https://doi.org/10.22394/2079-1690-2023-1-3-242-246. EDN VLYTDM

Классической парадигме управления, и присущей ей линейной логике принятия решений, отвечающей критериям классической научной рациональности, присущи специфические недостатки:

- «доминанта нормативного подхода над субъективным;
- доминирующая ориентация на выбор решений, а не на решение проблем;
- перекос в сторону анализа по отношению к синтезу решений;
- ограниченные возможности организации непрерывного развития управленческой деятельности и ее субъектов;
- ограниченные возможности обеспечения безопасности управленческой деятельности и ее субъектов» [1, с. 37].

© Асатрян Б. А., 2023

Проекция классической модели управления на политическую сферу в форме концепта легально-рациональной бюрократии обозначила проблему бюрократической дисфункции и необходимость поиска, преодолевающих обозначенные проблемы парадигм управления. Соответственно, необходимо рассмотреть следующий этап развития парадигмы политического управления, преодолевающий обозначенные недостатки и ограниченность классического подхода.

Если администрирование на базе целерациональности и стандартизированных приемов управления возникает как ответ на потребность общества в рационально-правовом устройстве, формализации правил «политической игры», то развивающийся в контексте неклассической парадигмы менеджмент возникает с учетом личностной и коллективной мотивации, непрямых форм контроля за персоналом, самостоятельности, инициативности и ответственности, присущей субъектам и объектам управления.

С теоретико-методологической точки зрения необходимо отметить, что отход от позитивизма в пользу конструктивизма, который сопровождал становление неклассической рациональности в науке, позволяет рассматривать объект управления не только как некую объективную данность, но и понимать его как результат перцепции и конструирования управляющего субъекта. Это, в свою очередь, предполагает необходимость решения проблемы множественности и соизмеримости порождаемых субъектами реальностей, проблемы субъективных ситуативных и телесных детерминант познания и управления, проблемы поиска законов и оснований, согласно которым происходит конструирование объекта субъектом и т.д. [2].

Кибернетика второго порядка (Х. фон Ферстера) [3], теория самоорганизации, конструктивизм в биологии (концепции аутопоэзиса У. Матураны и Ф. Варелы) и психологии (Г.Бейтсона и П.Ватцлавика), а также ряд других теорий в науке, привели в 60х-70х годах XX века к пониманию сложности, взаимообусловленности субъекта и объекта в процессе управления, становлению субъектно-субъектной парадигмы, которая принимает во внимание самоорганизацию и творчество, такие формы взаимодействия как рефлексия и общение, развитию междисциплинарных подходов.

Следует отметить, что становление неклассической парадигмы в политических науках было так же связано с выявлением в организации общества существенной роли неформальных социально-политических связей и образований [4]. «Мир неформальной политической деятельности», получивший концептуальное развитие в работах политологов «чикагской школы» (Ч. Мерриама, Г. Госнелла, Г. Лассвелла и др.), включал широкий спектр неформализованных моментов взаимодействия между различными группами интересов, давления, влияния и т.д. [5]. Данный факт, с одной стороны, придает политологии практическую направленность, ориентацию на выявление препятствий и условий практического воплощения в жизнь законов, политических концептов и т.д. А, с другой стороны, ставит перед политическими науками задачу переосмысления самих концептуальных оснований понимания политических процессов и институтов в связи с результатами «поведенческой революции».

Геополитические трансформации, охватившие мир в середине XX века, после Второй мировой войны, в рамках которых многие страны стояли перед выбором пути развития и соответствующего политического устройства, формировали актуальный запрос на адекватное понимание структуры и функций социально-политической системы, необходимости более точно понимать и предсказывать поведение населения, его реакцию на политические преобразования и т.д.

Можно сказать, что междисциплинарные усилия сравнительной политологии и социально-философских наук способствовали становлению таких гибридных отраслей знания как политическая география, политическая психология, политическая социология, политическая антропология, политическая культурология, политический менеджмент и т.д. Политическая социология, например, опираясь на эмпирический материал и количественные методы исследования, сделала значительный научный прорыв в исследования власти и влияния, которые оказывают неформальные, нерациональные связи и взаимоотношения между людьми.

Итак, политический менеджмент, с точки рения его исторического и теоретико-методологически генезиса имеет междисциплинарный характер, наследуя наработки политической социологии, психологии, теории государственного управления, практики управления политическими кампаниями и т.д.

Поскольку в рамках неклассической парадигмы научной рациональности происходит учет активности живых систем, их способности к конструктивной деятельности, самоорганизации и творчеству, такую парадигму принято считать органической в сопоставлении с механистической классической

парадигмой. В целом, как было показано, она принимает во внимание субъективные, в том числе ценностно рациональные установки субъекта и объекта управления. Вместе с тем, неклассическая парадигма политического управления ориентирована на рынок, поэтому ее гуманистический потенциал ограничен рыночными ценностями и механизмами максимализации умножения политического капитала и извлечения «политической прибыли».

В условиях формирования конкурентной среды и рыночных отношений политические субъекты – государство, политические партии, политические лидеры и т.д. – производят и продают политические товары: электоральные обещания, программы, платформы, политические идеи, бренды, имиджи и т.д. Соответственно, потребителями выступает управляемое большинство, избиратели.

Становление рынка политических товаров и услуг в качестве конкурентной среды способствовало развитию неклассической модели политического управления как политического менеджмента, концептуализации символического обмена и капитала, расширению исследований и прикладного значения не только целерационального, но и ценностнорационального фактора. Соответственно в проблемы и цели политического управления в рамках неклассической модели включены задачи символической политики, оказания политического влияния на основных политических акторов посредством формирования политического имиджа, электоральных предпочтений, развития политического участия и т.д.

Немаловажно, что концепция политического менеджмента подразумевает, что субъект политического управления не имеет возможности опираться всецело на легитимное насилие и прямое администрирование, поэтому вынужден для реализации своих политических интересов использовать непрямые технологии воздействия в целях управления политическими процессами и институтами [6].

Технологии политического менеджмента призваны воздействовать на поведение и мотивацию политических потребителей с целью добиться от них желаемого типа поведения и совершения целевого действия. Соответственно, к политическому менеджменту относят такие политические технологии, как электоральный менеджмент, технологии политической рекламы, политические брендинг и имиджмейкинг, лоббисткую деятельность, PR, регулирование политических конфликтов, теории и практики заключения политических союзов и т.д., а также, адекватные современному этапу развития коммуникаций и сетевого принципа организации, технологии «мягкого подталкивания» и символической политики «не-решений» – наджинг и нонсенс-менеджмент [7].

Политический менеджмент имеет выраженное прикладное значение и ориентацию на получение конкретных результатов, например, победы на выборах. Вместе с тем, его содержание и функционал зависят от актуального политического контекста и господствующей парадигмы в социально-политических науках для интерпретации социально-политической реальности, представлений о должном желаемом состоянии человека и общества, концептов социальной справедливости и порядка, поэтому политический менеджмент не сводим сугубо к технологиям, не свободен от концептуальных предпосылок теории управления, социально-философских и политологических интерпретаций.

Согласимся, что «в условиях формирования конкурентной среды конструируется концепция политического менеджмента как типа инновационно-творческих управленческих отношений и технологий, позволяющих решать такие задачи, как укрепление авторитета государственного или политического деятеля, создание благоприятных условий для деятельности государственного учреждения или партии путем создания в массовом сознании их привлекательного имиджа, развития политического участия, формирования электоральных предпочтений населения, оказания влияния на политических акторов и т.п. В итоге возникает категориально-смысловой ряд: политическое управление – конкурентная среда – политический рынок – политическое влияние» [8, с. 17].

Следует отметить, что управленческие технологии в рамках неклассической парадигмы политического менеджмента призваны влиять на политическое сознание объекта (обладающего характеристиками субъекта) управления. Если речь идёт о сознании управляемого большинства, то это сознание, которое опирается на расхожие социально-психологические установки – отношение к власти и ее представителям, уровень ожиданий людей и понимание ими своих политических интересов. Такое сознание, в массе своей, опирается на соображения житейского здравого смысла, обладает размытой противоречивой структурой, стихийностью, эмоциональностью и т.д. При этом индивиды при осуществлении политического выбора руководствуются соответствующей мотивацией, симпатиями и антипатиями, интериоризированными социально-политическими установками и паттернами социально одобряемого действия.

Соответственно в рамках конструктивисткой парадигмы влияние на политическое сознание осуществляется посредством конструирования и внедрения в сознание определенной картины мира, парадигмы восприятия и оценки политических феноменов, конструирования и управления политическими смыслами посредством выстраивания определенного политического дискурса, воздействия символического ряда и образов, моделирования эмоционально-ценностной реакции людей на происходящее.

Иначе говоря, политический менеджмент задаёт систему координат для интерпретации политической повестки, предлагает готовые объяснения политических событий, формирует политические образы, моделирует политические реакции в целях реализации политических интересов управляющего субъекта.

Поскольку политический менеджмент не предполагает применения прямого легитимного насилия, он использует в конкурентной среде политического рынка мягкие технологии воздействия на политическую оценку и выбор, эксплуатируя ассоциативные связи между определенным образом и мотивационной установкой. Имиджевые технологии политического менеджмента, соответственно, конструируют политическое сознание объекта управления на основании формирования симпатии и антипатии к определённым политическим лидерам, партиям, феноменам и т.д., поддерживая при этом иллюзию свободного выбора.

Использование имиджевых технологий политического менеджмента в качестве технологий продвижения политических товаров на рынке политических услуг показало значительную эффективность при проведении избирательных предвыборных компаний, оказывая влияние на характер и концентрацию электоральных предпочтений.

Манипуляционная суть политического менеджмента с использованием имиджевых технологий фундируется механизмом подмены понятий и образов, замещением контекстов восприятия феноменов, в результате чего у объекта управления формируются необходимые манипулятору ассоциативные связи и мотивационные установки, которые искажают определенным образом привычную картину мира, становятся основой для желаемого субъектом управления действия и поведения. Соответственно, формируя с помощью политической рекламы и других технологий определённые паттерны поведения потребителей политического рынка, управляющий субъект получает возможность продвигать выгодные ему политические товары и услуги.

В своей эволюции менеджмент продвигается ко все более опосредованным и многоступенчатым формам контроля и мотивации работников. В его политической проекции современный менеджмент приспосабливается к условиям партисипативной демократии, современной публичной политики с использованием электронных медиатехнологий, социальных сетей, виртуальных пространств политического рынка. Вместе с тем, несмотря на трансформацию технологий политического менеджмента в условиях современной конкурентной среды, его манипулятивная сущность не исчезает, а приобретает новое, иногда более мягкое и тонкое, но не менее результативное выражение.

Субъекты политического менеджмента, в качестве которых выступают в основном государство, властные элиты и политические лидеры, в современном мире управляют не только посредством создания того или иного имиджа, но и осуществляют широкое манипулирования посредством управления социальными фобиями, эксплуатируя базовые потребности человека в безопасности и навязывая обществу образ внутреннего или внешнего врага [9].

Итак, исследование сущности и технологий политического менеджмента как практически ориентированной концепции политического управления в рамках неклассической парадигмы научной рациональности показало, что с одной стороны, чрезвычайное усложнение социально-политической реальности, масштабы геополитических трансформаций и кризисов в настоящее время требуют соответствующей профессионализации политического управления для обслуживания национальных интересов и поддержания управляемости современных социально-политических систем, подверженных влиянию мощного информационно-психологического воздействия и социально-экономических диверсий. Очевидно, что эгалитарность политического управления затруднена по причине роста населения национальных государств и увеличения объёма необходимых знаний для социально-политической инженерии. В интересах властных элит и эффективности государственного управления, происходит профессионализация политических менеджеров и развитие технологий политического манипулирования. Эти процессы становятся все более непрозрачными и самозамкнутыми, включая элитное образование

и знание, направленное на воспроизводство элитных кланов, доступ к которому для широкой общественно практически закрыт.

Вместе с тем, с другой стороны, - демократизация природы и механизмов политического менеджмента возможна в направлении усиления его медиационной, координационной, посреднической составляющей, опирающейся на культуру компромисса. При этом актуализируется вопрос подконтрольности элиты политического менеджмента государству и обществу, опасность превращения профессиональных политических менеджеров, сетей экспертных сообществ в новый привилегированный класс, который в следствии «менеджерской дисфункции», по аналогии с классом легально-рациональной бюрократии, будет ориентирован на узкокорпоративные цели, расширение и самовоспроизводство в ущерб общественным интересам и целостности системы управления.

**Список источников**

1. Лепский В.Е. Эволюция представлений об управлении (методологический и философский анализ). М.: «Когито-Центр», 2015. 107 с.

2. Князева Е. Н. Проблема субъекта в философском конструктивизме // Проблемы субъектов в постнеклассической науке / Под ред. В.И.Аршинова и В.Е.Лепского. М.: Когито-Центр, 2007. С. 70–78.

3. Foerster, Heinz von. On constructing the reality (originally published in 1973) // Understanding understanding: Essays on cybernetics and cognition. N.-Y.: Springer Verlag, 2003.

4. Вильсон В. Наука государственного управления / Классики теории государственного управления: американская школа. М., 2003.

5. Истон Д. Политическая наука в Соединенных Штатах: прошлое и настоящее / Современная сравнительная политология. Хрестоматия. М., 1997.

6. Пушкарева Г.В. Политический менеджмент. М.: Дело, 2002.

7. Танов Г. Г. Политика и политический менеджмент: к определению понятий // Власть. 2012. № 1.

8. Обухов Д. В. Потенциал политического менеджмента в конкурентной среде современного российского общества: специальность 09.00.11: диссертация на соискание ученой степени доктора философских наук. Краснодар, 2011.

9. Федорченко С. Н. Двуликий Янус политического менеджмента // Обозреватель-Observer. 2014. № 4 (291).

**References**

1. Lepsky V. E. *The evolution of ideas about management (methodological and philosophical analysis).* Moscow: Kogito-Center; 2015. 107 p. (In Russ.)

2. Knyazeva E. N. The problem of the subject in philosophical constructivism. In: *Problems of subjects in postnonclassical science.* Edited by V. I. Arshinov and V. E. Lepsky. Moscow: Kogito-Center; 2007:70–78. (In Russ.)

3. Foerster, Heinz von. On constructing the reality (originally published in 1973). In: *Understanding understanding: Essays on cybernetics and cognition.* New York: Springer Verlag; 2003.

4. Wilson V. The science of public administration. In: *Classics of the theory of public administration: American school.* Moscow; 2003. (In Russ.)

5. Easton D. Political science in the United States: past and present. In: *Modern comparative Political Science.* Textbook. Moscow; 1997. (In Russ.)

6. Pushkareva G. V. *Political management.* Moscow: Delo; 2002. (In Russ.)

7. Tanov G. G. Politics and political management: towards the definition of concepts. *Vlast'.* 2012;(1). (In Russ.)

8. Obukhov D. V. *The potential of political management in the competitive environment of modern Russian society*: dissertation for the degree of Doctor of Philosophy. Krasnodar; 2011. (In Russ.)

9. Fedorchenko S. N. Two-faced Janus of political management. *Obozrevatel-Observer.* 2014;4(291). (In Russ.)

***Информация об авторе***

Б. А. Асатрян – помощник депутата Законодательного собрания Ростовской области.

***Information about the author***

B. A. Asatryan – Assistant to the Deputy of the Legislative Assembly of the Rostov region.

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

The author declares that there is no conflict of interest.

Статья поступила в редакцию 20.11.2023; одобрена после рецензирования 29.11.2023; принята к публикации 30.11.2023.

The article was submitted 20.11.2023; approved after reviewing 29.11.2023; accepted for publication 30.11.2023.