

МЕНТАЛИТЕТ НАРОДА КАК ОБЪЕКТ ПОЛИТТЕХНОЛОГИЙ

Белов В. А.

к. т. н., генеральный директор НП Интерлинк Уральская академия государственной службы г. Екатеринбург

Исследование процессов взаимодействия органов власти и населения, оценка эффективности управления социальными процессами и влияния рынка политических технологий на эти процессы являются острыми вопросами социальной теории и практики. Что заставляет народ покоряться административному ресурсу? Как используют политтехнологии менталитет народа? Мы часто задаемся вопросом, в чем же особенность менталитета русского народа, ведь идут же и голосуют. Западные наблюдатели отметили - демократии на выборах в Государственную Думу 2 декабря 2007 г. не было. Естественно, тут же получено опровержение со стороны заинтересованных российских политологов.

Да, процент явки большой, но каким образом получен? Наблюдения за ходом голосования показали, что народ просто сгоняли на избирательные участки. Что бы ни говорили кандидаты в депутаты от остальных десяти партий, как бы они не объясняли, что бюллетень не именной, результат был заранее предопределен.

Все же неясно, откуда такой процент? Из-за боязни, что начальник рядом, но ведь человек пришел голосовать. Из-за хорошего отношения к непосредственному начальнику, в понимании, что над ним тоже стоит начальник? Но ведь не всегда, что хорошо для нашего начальника хорошо для нас. Возможность выслужиться, но ведь не известно, за какую партию отдан голос? Из идейных соображений? Но сейчас даже идейных коммунистов практически не осталось, не говоря о других партиях. Опрос показывает, что ряд голосовавших из двух зол выбирает меньшее. Тут видимо, необходимо подумать, является ли выбор партии власти меньшим злом.

Но дело в другом – насколько четко срабатывают политтехнологии на уровне обывателя, добиваясь требуемых результатов. Сам президент похвалил Центризбирком за такие результаты, хотя признал, что понимает, как нелегко было этого достичь.

Разработка проблемы влияния политического маркетинга на менталитет народа весьма актуальна. В каждом государстве эта проблема существует со своими особенностями, со своими положительными и отрицательными чертами. В

настоящее время происходит уточнение и расширение предметной области политического маркетинга, разрабатывается методология теории, методы исследования. По этой тематике можно выделить разработки английских ученых, таких как Маргарет Скаммелл, Николас О'Шоннес. Среди западных исследователей значительный теории политического маркетинга сыграли отечественные исследователи В.Б. Житенев, Г.Г. Почепцов, С.Н.Пшизова, О.Ф. Русакова и др. При разработке проблем теории и практики политического маркетинга в государственном управлении определенное значение имеют подходы, сформулированные в работах А. А. Александрова, В.Э. Бойкова, Т. Е Зерчаниновой, Д.В. Резниченко, Н. Г. Чевтаевой, А. А, Федоровских. По мнению английских ученых института маркетинга Великобритании, маркетинг - это процесс управления, включающий в себя определение, прогнозирование, и удовлетворение запросов потребителей с целью получения прибыли. Также, маркетинг можно рассматривать как анализ и прогнозирование рыночной ситуации в целях ориентации производства и обеспечения лучших экономических условий реализации произведенной продукции, т.е. влияние одной определенной политтехнологии на население. И это влияние мы стали ощущать буквально на следующий день после выборов. Так осуществляется государственное управление в демократической стране.

Содержание государственного управления социальными процессами заключается в: выявлении законов и закономерностей, разработке принципов, функций, форм и методов целенаправленной деятельности людей в процессе управления обществом, его главными сферами. Поэтому основа политического маркетинга, т.е. изучение рынка технологий в политической направленности - социальные законы и их роль в управлении социальными процессами. Государственное управление социальными процессами на основе политического маркетинга - это комплексная система знаний, использующая данные различных социальных наук для разработки принципов и методов воздействия на людей в социальных процессах на основе установления законов и закономерностей государственного управления обществом. В связи с этим нами предлагается следующее определение: политический маркетинг - это изучение системы воздействия политических технологий на управление обществом с целью изменения менталитета населения в нужном направлении.