

УДК 316.6

А.Р. Никифоров

ПОЛИТИЧЕСКИЕ ЦЕННОСТИ В ПАРТИЙНЫХ ПРОГРАММАХ И ИХ ВОСПРИЯТИЕ ОБЩЕСТВОМ: ВЗГЛЯД ПОЛИТИЧЕСКОЙ ПСИХОЛОГИИ

Представлены результаты теоретического политико-психологического анализа проблемы ценностного содержания партийных идеологий в современной России.

Ключевые слова: политическая психология, политические ценности, политические поколения.

Производство политических ценностей как базовых политико-психологических конструкций, способных консолидировать общество, является важной политической задачей. Разнообразные частные варианты решения этой задачи предлагают сегодня скорее политические партии, нежели государство в целом. При этом в их программах, независимо от их положения в политической системе, содержатся своеобразные ценностно-идеологические конструкции, претендующие на универсальность в общероссийском масштабе.

Возникает закономерный вопрос: почему ни одна партийная идеология не «приживается» в сознании людей настолько, чтобы стать объединяющей и разделяемой большинством россиян?

Современная политическая практика показывает, что в настоящее время существенно ограничены возможности и необходимость продуцировать и продвигать партийные политические ценности. «В условиях монополизации политического пространства произошло сужение идеологического спектра: партии, оказавшись в зависимом положении от статусных акторов, в своем идеологическом творчестве стали ориентироваться прежде всего на них» [1. С. 207].

В научной литературе высказывается мнение, что в 1990-е годы возможности политических партий были существенно выше, чем на современном этапе. Подобная ситуация объясняется несколькими обстоятельствами. По мнению О.Ю. Малиновой, достаточно значительным был сегмент электората, чье мнение определялось политическими убеждениями [2]. Политические партии более эффективно выполняли идеологическую функцию под влиянием «советского наследия».

В 2000-е гг. политические партии отказались от производства глубинных и содержательно наполненных ценностных конструкций, заменив их двусмысленными политическими терминами, содержание которых используется для решения сиюминутных задач в условиях борьбы за голоса избирателей: «По сути, современная партийная идеология представляет собой ранжирование наиболее значимых общественных проблем, которые нужно решить в первую очередь, разъяснение причин их появления, их сущности, а также способов, этапов и принципов их решения» [3. С. 119]. В то же время нельзя

сказать, что ценностно-мировоззренческое ядро партийных идеологий исчезает совсем, оно скорее уходит на второй план, уступая место тактическим задачам завоевания и удержания власти.

Ученые отмечают также, что идеологический компонент может и должен входить в структуру имиджа политической партии. Политические технологии, которые, по мнению С. Пшизовой, вытесняют идеологическую составляющую, не могут не учитывать общественные настроения [4]. Кроме того, стремление сосредоточиться на визуальных аспектах имиджа не обязательно должно быть антиподом идеологии.

Анализируя современное состояние партийных идеологий в России, исследователи используют понятие «манипулятивные идеологии», акцентируя внимание на их технологической направленности, зависимости от конъюнктуры внешнего рынка [5]. Среди отличительных особенностей подобных идеологий выделяются, например, следующие:

- идеологический эклектизм, отсутствие стабильного «идеологического ядра», включающего в себя базовые политические ценности, идеи, принципы;

- установка на ретрансляцию идей, привнесенных извне, взамен производства собственных;

- постоянная трансформация идей в зависимости от изменений внешней социально-политической среды [6].

В контексте рассматриваемой проблемы наиболее значимой характеристикой «манипулятивных идеологий» является их когнитивная составляющая: «они провоцируют когнитивную дезориентацию индивида, обезличивая его как субъекта политического действия и способствуя развитию ложной мотивации и когнитивного диссонанса; они формируют лингво-когнитивные конструкции, которые искажают лексику естественного языка и способствуют развитию «эффекта искаженной информации», препятствуя адекватному восприятию и осмыслению политической реальности» [Там же. С. 36].

В сознании россиян формируется скорее образ партии как таковой, нежели представления о ее политической программе. По мнению Г. Голосова, исходной точкой для реконструкции полей межпартийной конкуренции служат не манифестируемые установки партийных элит, а восприятие партий значительными сегментами электората [7]. «Низкий рейтинг конкретных российских партий и невысокий уровень доверия к ним свидетельствуют не об отрицании данного института в принципе, а о низкой функциональности реально существующих партий по сравнению с теми нормативными представлениями, которые сформированы у российских граждан в ходе актуализации партийных идеологий» [3. С. 182].

Исследования политических психологов показывают, что образы российских политических партий являются нечеткими и неопределенными: «Как на рациональном, так и на иррациональном уровне россияне в большинстве своем не имеют когнитивно четких и сложных образов политических партий и даже накануне выборов не придают особого значения месту и роли политических партий в современной России» [8. С. 251]. На восприятие партий в нашей стране оказывают влияние особенности политических процессов, в рамках которых партии и партийная система являются скорее не устойчивы-

ми, а постоянно изменяющимися элементами. Кроме того, на отношение к партиям, по мнению исследователей, оказывает влияние память о советском прошлом с монополией КПСС как правящей партии, с которой во многом сравнивают «Единую Россию». Поэтому ученые фиксируют у граждан ощущения «необязательности и искусственности многопартийности как элемента политической системы страны» [Там же. С. 219].

Для исследования политических ценностей в структуре партийных идеологий необходимо отличать их от таких когнитивных конструкций, как политические представления и идеи.

Политические представления являют собой когнитивные конструкторы в структуре массового сознания, отражающие политическую реальность. Изучая политические представления в программах политических партий, политические психологи выделяют в их структуре два элемента: ядро и периферию, соотношение которых обусловлено степенью разработанности идеологии и последовательностью ее трансляции. Для четырех российских политических партий, представленных в Государственной думе прошлых двух созывов, характерны разные модели сочетания ядра и периферии политических представлений, транслируемых в программных документах и агитационных материалах. Так, например, КПрФ обладает сильным ядром и сильной периферией в системе политических представлений, а «Единая Россия» – слабым ядром и сильной периферией [9].

Понятие «идеи» является более размытым и в науке чаще всего ассоциируется с разными формами организации сознания, представленными в виде теорий, программ, доктрин. При этом они не всегда четко отделяются от представлений и ценностей: «идеи могут выступать и в “распыленных” формах коллективно разделяемых представлений и норм, когнитивных моделей и ценностных ориентаций, которые кажутся очевидными и не всегда поддаются точной формулировке» [10. С. 24]. Отсюда такое многообразие исследований идейно-символического пространства политических партий, которые проводятся на разных теоретико-методологических основаниях [11–13].

Политические ценности в рамках политико-психологического подхода определяются как «выработанные общественным сознанием и присутствующие в нем обобщенные представления о совершенстве в политической сфере общественной жизни» [14. С. 22]. В России проводятся исследования политических ценностей в структуре партийных идеологий [15].

Однако с точки зрения политической психологии необходимо исследовать не только системы декларируемых политическими партиями в своих программах политических ценностей, но и особенности их восприятия гражданами. Только такое комплексное и всестороннее изучение указанной проблематики позволит выявить те точки соприкосновения, на основе которых впоследствии можно будет вносить коррективы в партийно-идеологическое пространство современной России.

Литература

1. Толтыгина О.А. Партии как производители политических идей // Идеино-символическое пространство в современной России: динамика, институциональная среда, акторы / Под ред.

О.Ю. Малиновой. М.: Российская ассоциация политической науки (РАПН), Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2011.

2. Малинова О.Ю. Партийные идеологии в России: атрибут или антураж? // Полис. 2000. № 5.

3. Головченко В.И. Партийно-идеологический фактор трансформации постсоветской России. Саратов: Изд. центр «Наука», 2009.

4. Пишова С. Демократия и политический рынок в сравнительной перспективе // Полис. 2000. №2.

5. Аль-Дайни М.А. Манипулятивные идеологии: методологические и политологические аспекты проблемы // Вестник МГУ. Сер. 12. Политические науки. 2009. № 2.

6. Аль-Дайни М.А. Политические идеологии в контексте трансформации: особенности производства партийных идеологий в современной России // Идеино-символическое пространство в современной России: динамика, институциональная среда, акторы / Под ред. О.Ю. Малиновой. М.: Российская ассоциация политической науки (РАПН), Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2011.

7. Голосов Г. Идеологическое развитие партий и поля межпартийной конкуренции на думских выборах 1995 г. // Мировая экономика и международные отношения. 1999. №3.

8. Психология политического восприятия в современной России / Под ред. Е.Б. Шестопал. М.: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2012.

9. Деулина О.Ю. Основные элементы картины мира политической партии (анализ программных документов и агитационных материалов партий, представленных в ГД РФ) // Ex-regimentum-2008: сб. науч. ст. философского факультета МГУ / Под ред. Т.В. Евгеньевой, Е.Н. Мошелкова; сост. А.В. Воробьев, А.В. Селезнева. М.: Социально-политическая мысль, 2008.

10. Малинова О.Ю. Идеи, институты, процессы, акторы: проблемы сопряжения // Идеино-символическое пространство в современной России: динамика, институциональная среда, акторы / Под ред. О.Ю. Малиновой. М.: Российская ассоциация политической науки (РАПН), Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2011.

11. Малинова О.Ю. Программа как средство психологической самопрезентации политических партий: сравнительный анализ программ «Единства» / «Отечества», «Единой России» / «Справедливой России» // Политические партии в избирательном процессе: российские и зарубежные сравнения. Краснодар, 2008.

12. Мелешкина Е.Ю., Толтыгина О.А. Государство, нация и политический режим в программах российских политических партий («Единая Россия» и ЛДПР) // Политическая конкуренция и партии в государствах постсоветского пространства / Ред.-сост. Е.Ю. Мелешкина, Г.М. Михалева. М.: ИНИОН РАН, 2009.

13. Гаврилова М.В. Идеологические представления российских политических партий в начале XXI века (На материале предвыборных программ) // Идеино-символическое пространство в современной России: динамика, институциональная среда, акторы / Под ред. О.Ю. Малиновой. М.: Российская ассоциация политической науки (РАПН), Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2011.

14. Селезнева А.В. Политико-психологический анализ политических ценностей современных российских граждан: поколенческий срез // Вестник Том. гос. университета. Философия. Социология. Политология. 2011. №3 (15).

15. Современные политические партии России: анализ программ и уставов / Под общ. ред. В.С. Комаровского. М.: РАГС, 2004.