

НОВИЗНА КАК ОТВЕТ НА ПРОБЛЕМУ ЭЛЕКТОРАЛЬНОЙ УСТАЛОСТИ НА ПРИМЕРЕ ПОЛИТИЧЕСКИХ ПАРТИЙ «НОВЫЕ ЛЮДИ» И «ПАРТИЯ ПЕНСИОНЕРОВ»

Голоскоков Всеволод Анатольевич

Институт философии и права Уральского отделения
Российской академии наук, Екатеринбург, Россия
wsewolod1998@mail.ru

Аннотация. В статье рассматривается воздействие электоральной усталости на позиционирование политических партий на примере партий «Новые люди» и «Партия пенсионеров».

На основе агитационных текстов, распространенных политическими партиями во время предвыборных кампаний 2020 и 2021 годов, выявлены основные особенности агитации партий с учетом электоральной усталости.

Осознавая усталость избирателей по причине их низкого доверия к старым парламентским партиям, «Партия пенсионеров» и «Новые люди» делают особый акцент на новизне, обращаясь к оппозиции «старый – новый» с учетом психологических особенностей их целевой аудитории.

Акцентируя внимание своей целевой аудитории на новизне, политические партии решают проблему доверия избирателей к институтам парламентаризма.

Ключевые слова: электоральная усталость; политические партии; медиапространство; средства массовой информации; политическая агитация; агитационные тексты; политический дискурс

NOVELTY AS A RESPONSE TO THE PROBLEM OF ELECTORAL FATIGUE ON THE EXAMPLE OF THE POLITICAL PARTIES “NEW PEOPLE” AND “PARTY OF PENSIONERS”

Vsevolod A. Goloskokov

Institute of Philosophy and Law of the Ural Branch
of the Russian Academy of Sciences, Ekaterinburg, Russia
wsewolod1998@mail.ru

Abstract. The article examines the impact of electoral fatigue on the positioning of political parties on the example of *the New People* and *the Party of Pensioners*. Based on the campaign texts distributed by political parties during the 2020 and 2021 election campaigns, the main features of party campaigning, taking into account electoral fatigue, are identified. Recognizing voters' fatigue due to their low confidence in the old parliamentary parties, *the Party of Pensioners* and *the New People* emphasize novelty, appealing to the “old – new” opposition, taking into account the psychological characteristics of their target audience. By focusing

the attention of their target audience on novelty, political parties solve the problem of voters' trust in the institutions of parliamentarism.

Keywords: electoral fatigue; political parties; media space; mass media; political agitation; campaign texts; political discourse

Многопартийность является одним из основополагающих элементов конституционного строя Российской Федерации, а также важной предпосылкой развития демократии, гражданского общества и становления правового государства. Политические партии должны участвовать в формировании политической культуры граждан, а также служить ретрансляторами их политической воли.

Однако все чаще российская партийно-политическая система сталкивается с проблемой кризиса доверия избирателей к партиям как к институту, что влечет за собой электоральную усталость. Как отмечает в своей работе А. А. Керимов, «несмотря на то, что институты парламентаризма формируются и функционируют в соответствии с реально действующими нормативно-правовыми актами, общество всерьез не рассматривает их в качестве выразителя общенациональных интересов» [1, с. 146].

Во многом проблема доверия избирателей к политическим партиям обусловлена тем, что они не столько представляют интересы электората, сколько участвуют в укреплении официального политического дискурса, например, проводя в парламент законы, важные для исполнительной ветви власти. По словам А. Л. Стризове, на момент 2020 года важной проблемой в российском партийно-политическом поле стало позиционирование старых и новых игроков по отношению к партии власти. В сформировавшемся в Государственной Думе партийно-политическом пространстве отсутствовала реальная оппозиция, поскольку старые думские партии редко обозначали несогласие с «Единой Россией» по частным, но важным для избирателей вопросам [4].

Отчасти для решения проблемы электоральной усталости в первой половине 2020 г. были созданы, зарегистрированы и получили право участвовать в выборах сразу четыре новые партии – «За правду», «Новые люди», «Зеленая альтернатива» и «Партия прямой демократии», что должно было внести некоторые изменения в российский политический ландшафт.

Новые партии в случае наличия электоральной усталости и недоверия к старым партиям имеют достаточно высокий шанс набрать достаточно голосов для прохождения в парламент уже за счет надежд, возлагаемых на них авансом. По результатам выборов 2021 года впервые с 1999 года в Государственную Думу прошло более 4 партий, а «Новые люди», набрав свыше 5% голосов, стали пятой партией, присоединившейся к устоявшейся еще с 2003 года четырехпартийной системе.

В качестве причин успеха партии «Новые люди» ряд политэкспертов называет ее активную кампанию в медиапространстве. Согласно анализу социологов ВЦИОМ, осознавая необходимость повышения своей узнаваемости, партия уже в 2020 году начинает подготовку к выборам в Государственную Думу 2021 года, открывая ряд своих отделений по регионам и повышая свое присутствие в социальных сетях, что и принесло ей значимые результаты [2].

Кроме того, как отмечает ряд политэкспертов, в том числе политолог А. Безделов, «Новые люди» получили достаточно высокое количество голосов избирателей во многом благодаря тому, что у электората накопилась «усталость от существующего набора лиц и политических платформ», из-за чего повышенный интерес к партии был обусловлен наличием «свежих» политических лиц [5].

В предвыборных слоганах, лозунгах, речах своих кандидатов и уже в самом своем названии партия «Новые люди» делает акцент на новизне, выражающейся как в приходе новых политических деятелей в парламент, так и на предложении новых решений старых проблем. Обращение партии к новизне также подразумевает использование оппозиции «старый – новый».

При этом, по словам директора Центра европейско-азиатских исследований А. Русакова, усталостью и недоверием избирателей к партиям, представленным в российской парламентской системе, воспользовались и другие, более опытные политические партии, например «Партия пенсионеров», также обратившаяся к теме новизны [5].

Несмотря на то, что «Партия пенсионеров», по сути, является старой партией, она зачастую позиционирует себя в качестве возможной новой партии в Государственной Думе и других органах представительной власти. По мнению ряда политэкспертов, данное позиционирование является достаточно результативным, поскольку электорат, все менее доверяющий старым парламентским партиям, готов доверить свои голоса такой же старой партии, но со свежими идеями и новыми кадрами.

Обе политические партии – и старая, и новая – создают свой имидж при помощи медиатекстов с акцентом на новизне. Основным отличием являются подача материала, тактики речевого поведения, используемые политическими партиями, что обуславливается разницей их целевой аудитории. В то время как «Партия пенсионеров» прибегает к нарочито серьезным нарративам, призывающим избирателей проявить свою гражданскую позицию и сделать важный и серьезный выбор, проголосовав за нее, «Новые люди» обращаются к более развлекательной, юмористической подаче информации.

В своих медиатекстах партия «Новые люди» достаточно однозначно отвечает на вопросы о том, как она относится к старым партиям, давно

входящим в состав Государственной думы. Так, например, в агитационном ролике 2020 года изображена переписка партии «Новые люди» с потенциальным избирателем через мессенджер. При ответе на вопрос, как «Новые люди» относятся к КПРФ, дается ответ *«Как к бывшей, которую хочешь забыть, как кошмар»*, который в процессе написания тут же исправляется на другое сравнение – *«Как к уходящему прошлому»*. Оппозиция «новое – старое» также используется партией «Новые люди» в ее агитационном ролике 2021 года. В ролике показан буйный пациент психоневрологического диспансера, называющий себя бывшим депутатом и получающий от врачей большую дозу успокоительного. В конце ролика озвучивается слоган *«Успокойтесь, бывшие! Народ выбирает новых!»* с очевидной отсылкой к названию партии.

Помимо очевидной оппозиции «новое – старое», в агитационных медиатекстах «Новых людей» встречается и мотив преемственности, когда новая партия заявляется как продолжательница дела партий старых. В очередном агитационном видеоролике 2020 года партии «Новые люди» поднимается вопрос ее финансирования. Кандидаты от партии сообщают своей целевой аудитории, что основное финансирование «Новые люди» получают от своего лидера А. Нечаева, после чего озвучивается фраза *«Да, Нечаеву больше всех надо»*.

Слоган *«Да, нам больше всех надо!»* также используется партией «Новые люди» на ее агитационных плакатах и баннерах в предвыборной кампании 2021 года. Помимо содержания в себе вызова и выражения готовности к возможным трудностям, данный слоган может открыто выражать стремление партии получить как можно больше голосов, о котором «Новые люди» сообщали и в других медиатекстах. Например, отвечая в анимационном ролике 2020 года на вопрос о том, не является ли партия спойлером, дается ответ *«Спойлеры оттягивают голоса у одних и отдают их другим. Мы свое забираем себе. Ну и от чужих бы не отказались»*). Кроме выражения политических амбиций, слоган *«Да, нам больше всех надо»* также может являться аллюзией к партии «Союз правых сил», использовавшей слоган во время ее предвыборной кампании в Москве в 1999 году.

Согласно задумке политтехнологов партии, жители Москвы должны были быть озадачены вопросами *«Ты что, самый умный?»* и *«Тебе что, больше всех надо?»*, ответом на которые была фраза *«Тогда голосуй за Союз правых сил»*. По мнению политолога Д. Солонникова, партия «Новые люди» по стилистике, по части своей программы и во многом другом является именно инкарнацией проекта «Союз правых сил», при этом не обращаясь к помощи «старых либералов», а набирая действительно новых, интересных и молодых людей [8].

В своей предвыборной кампании 2020 года «Партия пенсионеров» также обратилась к оппозиции «новое – старое», позиционируя себя как партию, которая может войти в состав представительных органов власти, сменив «засидевшиеся» партии, и добиться реального решения накопившихся проблем. Так, на выборах 2020 года в Курганскую областную думу в своих агитационных листовках «Партия пенсионеров» использовала слоган *«Крысы, вон!»*, обращаясь все к тем же старым парламентским партиям – «Единой России», «Справедливой России», КПРФ и ЛДПР. В тех же листовках партия обращается и к избирателям: *«Нам кажется, они устали даже воровать. Пора их гнать поганой метлой!»*.

Такой же посыл сохраняется и в предвыборной агитации «Партии пенсионеров» 2021 года. Так, в одном из предвыборных роликов на фоне изображения на грязной брусчатке затоптанных бумажек с названиями парламентских партий звучат слоганы *«За НИХ вы уже голосовали»* и *«Мы против всех парламентских партий!»*. Таким образом, в рамках данной оппозиции партией активно используется «мусорная» тема. Если «Новые люди» сравнивают парламентские партии с бывшей, которая должна уйти в прошлое, то «Партия пенсионеров» использует сравнение с мусором, который самостоятельно не уйдет и поэтому нуждается в том, чтобы его кто-то выбросил.

Особенно ярко данное сравнение использовалось на выборах 2020 года в Липецкий городской совет, где партия использовала плакаты со слоганом *«Отправь на свалку истории КПРФ, ЛДПР, ЕР и СР!»*. Сама же «Партия пенсионеров» на плакатах была названа «достойной альтернативой». При этом 4 парламентские партии изображены лежащими в одном баке, что иллюстрирует их взаимосвязь, отсутствие реальной оппозиции как в Государственной Думе, так и в местных органах самоуправления.

«Партия пенсионеров» неоднократно подчеркивала свою непреодолимую оппозиционность Единой России и другим парламентским партиям. В начале сентября 2021 года, незадолго до выборов, заместитель председателя президиума центрального совета «Партии пенсионеров» В. Ворожцов подчеркнул, что пенсионеры, представленные партией, являются «реальными оппозиционерами, наиболее опасными для власти». В агитационном видеоролике 2021 года «Партия пенсионеров» в очередной раз выступила против всех парламентских партий, отметив, что они «30 лет обещают сладкую жизнь, но действуют по указке». По этой причине избирателей призывают голосовать за партию, которая выступает против всех: «На месте графы “против всех” – Партия пенсионеров».

Так же, как и «Новые люди», «Партия пенсионеров» обращается к аллюзии на прошлое, обещая избирателям повторить прежний успех. Подчеркивая свою оппозиционность 4 парламентским партиям, пред-

ставленным одним блоком, партия тем самым ссылается на свой старый предвыборный слоган 2006 года «*Пойдем на выборы, победим партию власти!*», признанный политологами наиболее запоминающимся [6].

Пересечения между партиями наблюдаются и в образах, сравнениях, которые они используют по отношению к парламентским партиям. Во время выборов 2021 года в Алтайском крае «Партия пенсионеров» в своей газете использовала карикатуру, изображающую, как Дума в виде избушки на курьих ножках метлой прогоняет человекообразных зверей с лицами известных федеральных политиков. В карикатуре отдельно был выделен слоган «*Пора сменить невменяемых*». Таким образом, так же, как и партия «Новые люди», «Партия пенсионеров» называет старые партии и их кандидатов «невменяемыми», держащимися за свои места в представительных органах власти и которых необходимо оттуда вытеснить.

В результате ряда прошедших в 2020–2021 годах предвыборных кампаний «Партия пенсионеров» и партия «Новые люди» получили места в органах представительной власти отдельных регионов, а также конкурировали друг с другом за место в Государственной Думе.

Несмотря на то, что обе партии учли политическую усталость электората и сделали ставку на новизну, они использовали совершенно разный подход. В то время как партия «Новые люди» позиционировала себя именно как новую во всех смыслах партию, «Партия пенсионеров» сделала ставку на свое кардинальное отличие от закрепившихся в Государственной Думе партий. Если «Новые люди» обращаются к более развлекательной, юмористической подаче информации, то «Партия пенсионеров» прибегает к нарочито серьезным нарративам, призывая избирателей проявить свою активную гражданскую позицию, проголосовав за нее. Данная разница в выборе тактик речевого поведения обусловлена различием в целевой аудитории партий.

Обещая избирателям светлое будущее, обе партии прибегают к аллюзии на успешные примеры из прошлого, благодаря чему обращение к новизне от оппозиции «старый – новый» переходит на более сложный, диахронический уровень.

Список литературы

1. Керимов А. А. Парламентаризм в современной России: особенности и проблемы реализации // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. 2019. № 48. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/parlamentarizm-v-sovremennoy-rossii-osobennosti-i-problemy-realizatsii> (дата обращения: 19.03.2023).

2. Партия «Новые люди» на выборах-2021 // ВЦИОМ. URL: <https://wciom.ru/presentation/prezentacii/partija-novye-ljudi-na-vyborakh-2021> (дата обращения: 18.03.2023).

3. Солонников Д. «Новые люди» – инкарнация «Союза правых сил» // Центр прикладных исследований и программ. URL: <http://www.prisp.ru/opinion/8702-solonnikov-novye-lyudi-inkarnaciya-soyuza-pravyh-sil-2109> (дата обращения: 19.03.2023).

4. Стризов А. Л. Новые политические партии и проблемное поле российского партстроительства // Российское общество политологов. URL: <http://ruspolitology.ru/ekspertnaya-deyatelnost/10300/> (дата обращения: 19.03.2023).

5. Так верстают только в политике. Обзор агитационных материалов на выборах в Алтайском крае // Сетевое издание «Толк». URL: <https://tolknews.ru/politsib/116605-kak-agitiruut-partii-na-vyborah-v-altajskom-krae-v-godu> (дата обращения: 19.03.2023).

6. Участники гонки: убогой избирательную кампанию в Свердловскую облдуму сделал Мостовщиков. Рейтинг убогих // РИА Новый день. URL: <https://newdaynews.ru/ekb/86182.html> (дата обращения: 19.03.2023).