

ПОЛИТИЧЕСКИЕ ТЕХНОЛОГИИ

Скорченко Ю.А.

кандидат исторических наук, доцент кафедры социальной философии и политологии
Луганского государственного аграрного университета
skorchenko60@mail.ru

ПОЛИТИЧЕСКИЕ МИМИКРИЯ И ПОПУЛИЗМ КАК ГЕШТАЛТ – ТЕХНОЛОГИИ

Аннотация: в статье анализируются особенности использования мимикрии и популизма фронтменами в современных общественно-политических отношениях, в условиях трансформации элит и кризиса доверия граждан к социально-политическим институтам.

Ключевые слова: мимикрия, популизм, политическая элита, политические технологии

В условиях борьбы за власть, стремлении сохранить определенные социально-политические ресурсы, иногда даже собственную жизнь, многие фронтмены вынуждены адаптироваться к требованиям, ожиданиям и надеждам электората. Такими механизмами приспособления к окружающей социально-политической среде, к сложившимся условиям жизни¹.

Термин «мимикрия» происходит от английского Mimicry – подражание. Стремление во что бы то ни стало сообразоваться с окружающими условиями, сделав это с наибольшей выгодой для себя². В социологии данное понятие определяется как защитное приспособление индивида или группы, имитирующей поведение и мнение окружающих³. Политическая мимикрия - сложный комплекс социально-политических адаптаций, позволяющий выживать и сохранять силы. Это вынужденный инструмент самообороны в кризисных ситуациях, который политики активно используют, чтобы «слиться» с электоратом, быть «среди народа». Благодаря этому кандидат кажется ближе к избирателям, а они могут идентифицироваться с их полпредом. Примеры мимикрии - заявления политических деятелей под лозунгами «мы вместе», появление фронтменов в общественных местах, живое общение с людьми на улице и т. д.

В основе всякой мимикрии лежит идея выгоды. На зоологическом уровне она проявляется, как выражение инстинктов, на человеческом - в большинстве случаев происходит то же самое, но нередко, индивид «надевает на себя» привлекательные маски, чтобы скрыть свои истинные намерения.

Любые формы межличностного общения всегда содержат элементы мимикрии, так как для людей всегда важен уровень их собственной значимости, которую они проявляют в своих мнениях, в интонациях голоса, в содержании темы разговора, позах, жестах, взглядах, мимике.

Мимикрия - объективно существующий, необходимый и специфический социальный феномен человеческого бытия, его организации и жизнедеятельности. Соответственно, различные формы социальной мимикрии могут иметь как деструктивный, так и конструктивный характер и зависят от цели мимикрианта. Наблюдая за природой мимикрии, можно констатировать, что она характеризуется инклюзивностью, то есть, способностью проникать во все сферы жизнедеятельности общества, в том числе и в область политики.

Мимикрия стала реальностью, неотъемлемым элементом политической культуры и сознания современного общества.

¹ Политология. Глоссарий: учебное пособие / авт.- сост. Ю.А. Скорченко. - Луганск: Ноуолидж, 2020.- 451 с.

² Словарь иностранных слов современного русского языка.- М.: Аделант, 2014.- 800 с.

³ Социология. Словарь-справочник: учебное пособие / авт.- сост. Ю.А. Скорченко. - Луганск: Престиж-сервис, 2018.- 270 с.

В пространстве политики мимикрия выступает формой защиты участников взаимодействия, то есть, возможно, утверждать, что это существенный атрибут политической деятельности.

Конечно, мимикрия как политико-психологический феномен имеет различные формы проявления, важнейшей из которых является популизм. Не смотря на то, что единого определения популизма нет, упрощенно его можно комментировать как «заигрывание» фронтменов с народом с целью приобретения популярности (чтобы их увидели, услышали, поверили) и, в конечном счете, для завоевания или удержания власти¹. Поэтому актуальным представляется анализ мимикрии и популизма, как специфических технологий, которые часто используются политическими деятелями.

Теоретическим фундаментом изучения указанных проблем служат произведения Ж. Бодрийера, П. Бурдьё, И. Валлерстайна, Р. Дарендорфа, Р. Мертона, Т. Парсонса, П. Сорокина, Ю. Хабермаса, М. Хайдеггера и др.

Проблематика формирования и характерные черты влияния политических технологий на сознание индивидов достаточно проработаны. В числе авторов работ в этой области можно выделить таких, как М. Крозье, А. Фридберг, Г.-Г. Бетз, А. Коул, Е. Лаклау и др.

Отечественные политологи, анализирующие факторы эффективности политических технологий, моделирования предвыборных кампаний, особенностей восприятия популистских меседжей и т.д. Г.К. Ашин², В.А. Беляев³, О.В. Гаман-Голутвина⁴, Б.А. Исаев⁵, В.И. Коваленко⁶ и др.

Вместе с тем, особенности использования мимикрии и популизма фронтменами в современных общественно-политических отношениях, в условиях трансформации элит и кризиса доверия граждан к социальным институтам, остаются малоисследованными, что и определило цель данной работы.

Мимикрию и популизм, с одной стороны, можно рассматривать как некую «игру» на повседневных апориях народа собещаниями достижения существенных успехов в решении актуальных социально-экономических проблем в случае прихода к власти.

С другой стороны, эти феномены являются отождествлением демократии с неограниченной реализацией воли большинства; политических целей независимо от имеющихся партий и институтов через непосредственное обращение к народу с целью давления на власть, господствующую политическую элиту.

То есть, мимикрия и популизм являются действенным технологическими формами борьбы за власть. И в одном и в другом случае речь идет об откровенной манипуляции сознанием граждан. Эти явления выступают инструментами для приобретения власти, используются в борьбе против существующих политических режимов или для модификации политической элиты.

Как нам представляется, анализировать проявления мимикрии и популизма в политике следует, прежде всего, через рассмотрение соотношения дихотомии «обещание-исполнение» фронтменов. Сегодня в общественно-политической жизни происходят

¹ *Политология*. Глоссарий: учебное пособие / авт.- сост. Ю.А. Скорченко. - Луганск: Ноуолитдж, 2020.- 451 с.

² *Ашин Г.К.* Современные теории элиты: критический очерк / Г.К. Ашин. — М.: Международные отношения, 1985. - 256 с.

³ *Беляев В.А.* Народ, власть и интеллигенция: пути достижения национального согласия / В.А. Беляев. — Казань: КГТУ (КАИ), 2002. - 203 с.

⁴ *Политические элиты России: Вехи исторической эволюции / О.В. Гаман-Голутвина.* - М.: РОССПЭН, 2006. - 446 с.

⁵ *Исаев Б.А.* Геополитическая динамика: процессы и конфликты, картины мира и эпохи / Конфликт как проблема. Очерки современной теоретической и прикладной конфликтологии / под ред. А. И. Стребкова, А. В. Алейникова, А. Г. Пинкевич. - СПб.: Фонд развития конфликтологии, 2015. - 502 с.

⁶ *Политология: Политические институты, процессы и технологии: Учебное пособие для аспирантов и студентов / В.И. Коваленко и др.* - М.: Социально-политическая МЫСЛЬ, 2012.- 936 с.

существенные изменения, направленные на демократизацию отношений между властью и гражданами. Допустимо предположить, что электорат обращает внимание именно на результаты деятельности лидеров, их репутацию. Однако ораторские способности политиков, яркость подачи информации, лозунгов, обетов, которые хотят слышать граждане, являются довольно эффективными инструментами влияния, а соответственно, исследуемые феномены весьма актуальны в настоящее время.

Популизму присуща идеологическая простота, можно констатировать, даже примитивизм. Часто политические лидеры не только активно используют технологию обещаний, но и привлекают к своим проектам известные личности: «звезд» эстрады, актеров, спортсменов и др. Разумеется, любимым кумирам народ большей частью доверяет, поэтому и соглашается с их выбором.

Кроме того, еще одним эффективным механизмом популизма и политической мимикрии является формирование образа «неординарного героя». Это проявляется следующим образом: нестандартная одежда, вызывающее поведение, демонстративные жесты, общественные скандалы, ненормативная лексика. Такие приемы используются политическим фронтменом (например, В.В. Жириновским и др.) для того, чтобы его запомнили и поддержали, в первую очередь, эмоционально. Здесь может сработать желание электората голосовать за такого лидера, например, с целью выражения протеста относительно политической системы вообще.

Примерка политическим руководителем образа героя — отнюдь не изобретение нашей эпохи. В XV в. Н. Макиавелли указывал на важность верного имиджа для государя. Из истории известно, что многие государственные деятели и военачальники (А. Македонский, Н. Бонапарт, Д. Вашингтон и др.) заботились о создании благоприятного имиджа у современников и, что важнее, в глазах потомков. В качестве примера, имидж — миф: И.В. Сталин — друг детей, отец народов, великий теоретик — языковед, выдающийся философ и т.п.

Технологически создание политического имиджа — это формирование массового стереотипа, основное требование к которому — быть запросто воспринимаемым. Данная легкость достигается соответствием имиджа, во-первых, сиюминутным ожиданиям публики, во-вторых, бессознательным архетипам, глубинным мифологическим символам. Содержательно имидж создается в зависимости от конкретной социально-политической ситуации, собственных целей и массовых ожиданий. При построении имиджа учитываются традиционно сложившиеся в культуре, укорененные в языке и в ментальности представления о национальном герое, на основе которых складываются суждения о лидере политическом.

Нарративное измерение мифа имеет немаловажное значение, когда ищут ответ на вопрос о масштабе влияния политического мифа на социум. Результат кроется в плоскости коммеморативных практик: насколько полно политическим классом «ангажируются» распространенные в народе традиции воспоминаний о прошлом в качестве средства для достижения конкретных политических целей. Так, здесь осуществляются попытки специального выделения нарративов коллективной памяти: «волшебная сказка, миф самопожертвования, героическая легенда». Фигура героя и здесь занимает важное место. Следует заметить, сам по себе нарратив выступает лишь в качестве инструмента в руках политических мифотворцев. Ключевое значение имеет модальность нарратива, то есть то, в какой степени он усиливает или же ослабляет тот или иной миф. Иначе говоря, нужная или правильно выбранная модальность нарратива позволяет политическому мифу достигать собственных целей (а целей у него может быть немало: это и упрочение власти, и формирование идентичности, и трансляция ценностей и т.п.). Можно констатировать, что нарративы играют ключевую роль в процессах мифотворчества и мифологизации, выступая в качестве связующего элемента между двумя уровнями современного мифа — «архаическим» и «конъюнктурным» («инструментальным»). Наиболее отчетливо это видно на примере политических мифов.

Пластичность мифа, подвижность его границ делают возможным не только его присутствие в культурном пространстве в качестве константы, но и постоянное воспроизводство и вовлеченность практически во все сферы социального бытия. Политический миф здесь скорее является правилом, нежели исключением. Самим своим существованием он показывает и невозможность вне-мифологического функционирования политического сознания, и актуальность мифологических форм и отношений.

Для политического неомифа характерно наличие смысловых доминант, которые являются как бы центрами тяжести, вокруг них и раскрывается сам нарратив. Этими доминантами становятся базовые архетипы трансформирующиеся, подстраивающиеся под сложившуюся реальность. Именно опора на базовые архетипы обеспечила современным мифам жизнеспособность и функциональную силу. Манипулятивные возможности мифогенезиса возрастают во времена общественно-политических кризисов, при неимении четких и убедительных аргументов для обеспечения курса, который проводится в условиях дезинтеграции общества.

Популизм выступает особой логикой политического действия, которая основана на своеобразной игре в поддавки между лидером и избирателями. Она сформирована на отказе от разумных программ, планов, аргументов. Строится на обещаниях, игре на эмоциях, а не на разуме, собственно говоря, избегании настоящего политического действия. Нередко во время предвыборной кампании, популизм базируется на мелких, но конкретных делах, которые потом обязательно освещаются в СМИ.

Итак, форм и средств политической мимикрии достаточно много. Как же понизить их влияние? На наш взгляд, важным является контроль над властью и система ответственности последней. Для ревизии общественности над деятельностью политиков и уменьшение воздействия мимикрии существует ряд механизмов. В этом отношении достаточно интересно сегодня содержание сайтов в интернете, которые исследуют обещания и стадии их реализации фронтменами.

Всемирная паутина выступает в качестве самостоятельного, обладающего парафернальной спецификой политического информационного пространства, в котором активно осуществляются различные проекты в сфере воспитания политической культуры, организации политических коммуникаций социума и т.д. Это обстоятельство предопределяет необходимость репликации тех особенностей интернета, которые во многом устанавливают модели и форматы сетевой политической деятельности. Вместе с тем, не до конца понятны перспективы и не полностью проявились все тренды, связанные с трансформацией политики под влиянием виртуальной реальности, сетевого рацио и аналитического образа мышления.

Современный социум уже не может полноценно обходиться без сетевой составляющей жизнедеятельности, которая присутствует во всех областях функционирования человека, в том числе и в политической. Интерес к самому брэндингу усиливается на почве диссеминированного рыночного мышления, когда существенной задачей продавцов является стремление выделить свой товар из массы аналогичных образцов, а притязательный покупатель желает приобрести нечто особенное, эксклюзивное из предоставляемого множества.

Партийный бренд – частный случай коммерческого статуса, когда конкуренция высока не только на экономическом рынке, но и на политической арене. Действия по формированию фирменного стиля, брендов и рекламных концепций партий и отдельных лидеров именуется политическим маркетингом. В последнее время политическими маркетологами активно используются паблик рилейшнз, кросс-промоушн, событийный маркетинг, продакт-плейсмент, сейлз-промоушн и другие техники.

Борьба за политическую власть в экстрасоциальном обществе состоит не столько в противоборстве партийных организаций и их программ, сколько в конкуренции их образов – политических брендов. Процессы, происходящие в политической и экономической сфере жизни социума, имеют много общего. Так, при создании и продвижении политических

или партийных брендов, задействованы интегрированные маркетинговые коммуникации. Партии превратились в административно-шоу-бизнес структуры правящего слоя. Результатом новых форм консолидации экстрасоциального общества становится сетевой партийный брэндинг. Он распространяется в зависимости от конкретных условий. Имеет все шансы стать не только интегрированной в интернет «электронной версией» уже существующих партийных брендов, но и интенсивно использоваться киберпартиями, вся информационно-коммуникационная активность которых осуществляется только или, главным образом, во Всемирной сети.

Особое значение в информационных процессах приобретает политеймент, в ходе которого политическая гетерогамия преподносится аудитории как гештальт своеобразного шоу. В рамках такой подачи партии, союзы, фронтмены используют нетрадиционные формы коммуникации для увеличения целевой аудитории, привлечения электората. К политейменту, например, регулярно обращались Б. Обама, Х. Клинтон, Д. Трамп и др., придавая эмоциональную привлекательность политическому контексту.

В настоящее время усиливаются общественные императивы к легитимности власти. Одним из важнейших социальных требований становится запрос на формирование прозрачного управления и развитие элементов прямой демократии. Перспективный механизм для удовлетворения общественных интерpellаций, – новые информационно-коммуникационные технологии, в частности, краудсорсинг¹. Это привлечение к решению тех или иных актуальных проблем инновационной политической деятельности широкого круга лиц с целью применения их творческих способностей, знаний и опыта работы на добровольных началах с использованием информационных технологий. Они могут употребляться государственной властью для решения вполне конкретных проблем местных сообществ, разработки перспективных планов развития, привлечения граждан к управлению государством, формирования «открытого» общества. Таким образом, преодолевается совещательный дефицит, который не позволяет общественности участвовать в открытых и критических дискуссиях, чтобы обмениваться мнениями и влиять на политические решения. В то же время они могут использоваться для формирования лояльности граждан к акторам политического процесса, ориентирующимся на учет их мнения при решении конкретных вопросов. Что в итоге может быть трансформировано в электоральную поддержку.

Почему же остаются актуальными трендами мимикрия и популизм?

Во-первых, объект их воздействия - избиратели с определенным уровнем политической культуры и сознания, на чувствах и эмоциях которых «играют» популисты.

Во-вторых, используется мораль, которая опирается на принцип манихейства, в основе которого лежит принцип дуализма, присущий политическому сознанию части электората: «черное - белое», «добро - зло» и др.

Любая борьба за власть, ее удержание, реализация не происходят без обращения к принципам справедливости и наделения определенного субъекта «хорошими» или «злыми» характеристиками, разделения лидеров на «своих» и «чужих». Такая политическая технология, как «наклеивание ярлыков» довольно легко усваивается обществом. Например, одного фронтмена можно назвать гомосексуалистом, другого - вором, третьего - коррупционером, четвертого - фашистом и т.д. Восстановить репутацию или объяснить, что информация не соответствует действительности, довольно сложно. Однако при такой технологии популист восхваляет достоинства народа, наделяет его превосходными качествами, что априори приятно для потребителей информации.

В-третьих, важной составляющей является демократия, которая позволяет представлять популисту интересы народа, который является основой демократии. Вот только, получив власть, большинство популистских политических сил начинают резко

¹ Хау Дж. Краудсорсинг: Коллективный разум как инструмент развития бизнеса / Дж. Хау.- М.: Альпина Паблишер, 2012. - 296 с.

отрицать важные элементы современной демократии. Например, права оппозиции, защиту интересов меньшинства социума и т.д. Часто такие политические силы прибегают к референдуму, как средству «настоящей», «прямой» демократии. Обладая админресурсом и имея все необходимые для манипуляций рычаги в своих руках, они способны через народное волеизъявление развернуть политический режим в сторону авторитаризма: поскольку народ уже имеет власть, то теперь ему необходимо больше полномочий и т. д.

В-четвертых, антиинтеллектуализм - отрицание возможности познания через разум; в бытовой практике – негативное отношение к интеллектуальной деятельности и к субъектам, которые участвуют в ее реализации. Популисты всегда имеют в своем распоряжении основных «врагов народа» - интеллектуалов. Ведь апеллируют такие политики не к интеллекту и знаниям, а к абстрактным ценностям. Например, таким, как честность, справедливость и т.д. Антиинтеллектуализм обращается на то, чтобы скомпрометировать оппонентов, которые рационально подходят к оценке политического процесса и способны выявить симуляции в действиях народных «защитников».

В-пятых, наличие харизматического лидера, который обязан иметь сильный характер и способность наказывать многочисленных врагов своего народа. Все, в чем он нуждается, это полномочия. Чаще всего это фронтмен с богатым опытом политической борьбы.

Большинство политических партий современности - это партии харизматического типа, которые строятся вокруг лидера. Одних вождей изображают на иконах и молятся на них, других проклинают и считают адскими монстрами. Все они примеряют тогу вождя нации и обещают спасти свой народ. Но никто из них так и не решится пойти по пути полной демократии, предлагая только смену караула на страже народных богатств.

Возможно, сформулировать некоторые выводы: мимикрия постоянно присутствует в политических отношениях, но существенно различается ее удельный вес. Чаще всего в качестве политических технологий используются лозунги, мифы, демагогия и навязывание невысоких интеллектуальных идей.

Популизм является формой политической мимикрии и применяется как средство адаптации лидера-мимикрианта к политическим условиям без использования значительных усилий, предоставляя обещания, заигрывая с народом и отвлекая его внимание от актуальных, существенных проблем.

Расширение политикума за счет новых лиц еще не означает развития демократии, формирования правового, социального государства. Сегодня для уменьшения влияния популизма и мимикрии важно, с одной стороны, изменение политической системы, а не только приход новых личностей, создание механизма ответственности чиновников и общественный контроль над властью, с другой - повышение уровня политической культуры и сознания граждан, их образованности и компетентности.

Литература:

1. Ашин Г.К. Современные теории элиты: критический очерк / Г.К. Ашин. - М.: Международные отношения, 1985. — 256 с.
2. Беляев В.А. Народ, власть и интеллигенция: пути достижения национального согласия / В.А. Беляев. — Казань: КГТУ (КАИ), 2002. — 203 с.
3. Исаев Б.А. Геополитическая динамика: процессы и конфликты, картины мира и эпохи / Конфликт как проблема. Очерки современной теоретической и прикладной конфликтологии / под ред. А.И. Стребкова, А.В. Алейникова, А.Г. Пинкевич.- СПб.: Фонд развития конфликтологии, 2015. — 502 с.
4. Политические элиты России: Вехи исторической эволюции / О.В. Гаман-Голутвина. – М.: РОССПЭН, 2006. – 446 с.
5. Политология. Глоссарий: учебное пособие / авт.- сост. Ю.А. Скорченко. - Луганск: Ноуолддж, 2020.- 451 с.

6. *Политология: Политические институты, процессы и технологии: Учебное пособие для аспирантов и студентов / В.И. Коваленко и др.-М.: Социально-политическая МЫСЛЬ, 2012.-936 с.*
7. *Словарь иностранных слов современного русского языка.- М.: Аделант, 2014.- 800 с.*
8. *Социология. Словарь-справочник: учебное пособие / авт.-сост. Ю.А. Скорченко.- Луганск: Престиж-сервис, 2018.- 270 с.*
9. *Хау Дж. Краудсорсинг: Коллективный разум как инструмент развития бизнеса / Дж. Хау.- М.: Альпина Паблшер, 2012.-296 с.*

References:

1. *Ashin G.K. Modern theories of the elite: a critical sketch / GK. Ashin. - M .: International relations, 1985. - 256 p.*
2. *Belyaev V.A. The people, power and intelligentsia: ways to achieve national accord / V.A. Belyaev. - Kazan: KSTU (KAI), 2002. - 203 p.*
3. *Isaev B.A. Geopolitical dynamics: processes and conflicts, pictures of the world and epochs / Conflict as a problem. Essays on modern theoretical and applied conflictology / ed. A. I. Strebkova, A. V. Aleinikova, A. G. Pinkevich. - St. Petersburg: Conflictology Development Fund, 2015. - 502 p.*
4. *Political Elites of Russia: Milestones of Historical Evolution / O.V. Gaman-Golutvina. - M.: ROSSPEN, 2006. - 446 p.*
5. *Political science. Glossary: tutorial / author - comp. Yu.A. Skorchenko. - Lugansk: Knowalidge, 2020. - 451 p.*
6. *Political science: Political institutions, processes and technologies: Textbook for graduate students and students / V.I. Kovalenko et al. -M .: Socio-political THOUGHT, 2012.-936 p.*
7. *Dictionary of Foreign Words of the Modern Russian Language.- М .: Adelant, 2014.- 800 p.*
8. *Sociology. Dictionary-reference: textbook / author - comp. Yu.A. Skorchenko. - Lugansk: Prestige-service, 2018. - 270 p.*
9. *Howe J. Crowdsourcing: Collective Intelligence as a Tool for Business Development / J. Howe. - M.: Alpina Publisher, 2012.-296 p.*

POLITICAL MIMICRY AND POPULISM AS GESTALT TECHNOLOGIES

Skorchenko Yu.A.

*Candidate of Historical Sciences, Associate Professor of the Department of Social Philosophy and Political Science Lugansk State Agrarian University
skorchenko60@mail.ru*

Abstract: *The article analyzes the features of the use of mimicry and populism by frontmen in modern socio-political relations, in the context of the transformation of elites and the crisis of citizens' trust in socio-political institutions.*

Key words: *mimicry, populism, political elite, political technologies*

Для цитирования: *Скорченко Ю.А. Политические мимикрия и популизм как гештальт-технологии// Архонт, 2021. № 4 (25). С. 42-48.*