

Секция «Политические науки»

Идеологемы российской политики как отражение политических ценностей
российского общества

Заварина Анастасия Сергеевна

Студент

Саратовский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского,

Юридический факультет, Саратов, Россия

E-mail: Nastuha-2007@yandex.ru

В научной литературе в последнее время появляется все больше работ, посвященных идеологемам. В основном, идеолгемы рассматриваются с двух точек зрения: с одной точки зрения идеологема рассматривается как лингвистический феномен. С другой точки зрения, идеологема изучается как часть какой-либо идеологии. Применительно к российскому обществу, мы предлагаем рассмотреть идеологемы политической элиты во взаимосвязи с политическими ценностями россиян. Данная проблема становится актуальной, поскольку в российском обществе между властью и обществом нет полноценного диалога. В обществе не снижается градус политического абсентеизма и недоверия к власти.

Для научного доклада было выбрано следующее определение идеологемы. Идеологема - это часть какой-либо идеологии или часть какой-либо системы ценностей, выраженная в политическом лексикографическом дискурсе, и, являющаяся выразителем интересов правящих элит, и, призвана решать конкретные задачи в кратковременный промежуток времени.

Анализ программных документов позволил нам выделить три большие группы идеологем: политические, экономические и социальные. К *политическим идеологемам* относятся «безопасность», «государство», «свобода», «честность», «свободные и честные выборы», «гражданское общество», «местное самоуправление», «демократия». К *экономическим идеологемам* относится «бизнес», «частная собственность», «национализация», «предпринимательство», «прогрессивная шкала налогообложения», «рыночная экономика». К *социальным идеологемам* относятся «продовольственная и экологическая безопасность», «рабочие места», «инновации», «модернизация», «патриотизм», «семья», «социальное государство» [4].

С декабря 2011 года по всей России прошли митинги в поддержку честных выборов. На прошедших митингах так же основными идеологемами стали «честность», «свобода», «честные выборы», «источник власти – народ». По данным исследовательских центров, основными причинами выхода людей на эти митинги стало злоупотребление чиновниками властью, социальная несправедливость, воровство и коррупция в высших эшелонах власти, недостойный уровень жизни [3].

Анализ социологических исследования ФОМ, ВЦИОМ, ЛЕВАДА-ЦЕНТР показал, что западноевропейские ценности для России являются менее актуальными, поскольку в обществе накопилось слишком много социально-экономических проблем, которые требуют скорейшего решения. В рейтинге ценностей первые места занимают: семья (64%); безопасность (51%); достаток (43%). А такие ценности как демократия (5%) и собственность (7%) находятся в самом конце рейтинга [6]. Сопоставление результатов анализа идеологемного поля российской политической элиты (власти и оппозиции) и

анализа ценностей российского общества говорит о том, что представители публичной политики не понимают проблем и потребностей российского населения. В этой связи их идеологемы «демократии», «честных выборов», «свободы», «предпринимательства», «бизнеса» и т.д. не вызывают ответной положительной реакции у социума.

В условиях политической конкуренции, участники выборов (федеральных и региональных) вынуждены использовать политические технологии и постараться убедить электорат в правильности голосовать именно за этого кандидата, или за эту политическую партию, вынуждены отстаивать в публичной политике свои интересы. Однако консенсуса между представителями власти и социума мы не наблюдаем. Сопоставление результатов анализа программных документов политических партий, программ кандидатов в президенты РФ, анализа выступлений митингующих и анализа социологических исследований говорит о том, что представители политической элиты, составляя программы, исходят из своей потребности приобрести или удержать власть, а не из потребности общества, которое заинтересовано в наведении порядка в социальной сфере. Для участников выборов в первую очередь необходим электорат. Необходимы избиратели, за чьи голоса будут бороться кандидаты. Для организаторов митингов важно, чтобы были присутствующие, они заинтересованы в численности. В российской практике ценностное основание идеологием политики неадекватно потребностям электората. Программы предлагают обществу тот товар, который обществу не нужен, поскольку накопилось много проблем экономического и социального характера, что для человека важнее в повседневной жизни.

Литература

1. Вепрева И. Т. Шадрин Т. А. Идеологема и мифологема: интерпритация терминов // Научные труды профессоров Уральского института экономики, управления и права. Екатеринбург, 2006. - Вып 3.
2. Гусейнов Г. Советские идеологемы в русском дискурсе 1990-х. - М., 2003.
3. Ежегодник «От мнений к пониманию». Общественное мнение – 2012. М.: аналитический центр Юрия Левады «ЛЕВАДА – ЦЕНТР», 2012.
4. Заварина А. С. Политические ценности российского общества (анализ политических опросов ФОМ, ВЦИОМ, ЛЕВАДА-ЦЕНТР) // Политические проблемы современного общества. - Вып. 18. Саратов, 2012. - С. 59-68.
5. Малышева Е. Г. Идеологема как лингвокогнитивный феномен: определение и классификация // Политическая лингвистика, 2009. - №4(30).
6. Ценности, приходящие и уходящие с возрастом: <http://bd.fom.ru/pdf/d24cpusv11.pdf>
Дата обращения 14.02.2013.

Слова благодарности

Спасибо!