

SOBOLEVA Evgenia Olegovna, Junior Researcher at the Center for Political Studies, Institute of Humanitarian Technologies and Social Engineering, Faculty of Social Sciences and Mass Communications, Financial University under the Government of the Russian Federation (49/2 Leningradsky Ave, Moscow, Russia, 125167; esoboleva@fa.ru)

THE INFLUENCE OF DESTRUCTIVE TECHNOLOGIES ON THE POLITICAL CONSCIOUSNESS OF RUSSIAN STUDENT YOUTH ON INTERNET (2014–2023)

Abstract. The article is devoted to the problem of the impact of domestic and foreign destructive Internet technologies on Russian youth. In particular, the author dwells on the problem of the influence of opponents of the Russian government on youth public opinion in 2014–2023 through new media, social networks and messengers taking into account the digitalization of the life of the buzzer generation. At the same time, both openly propaganda resources (Medusa, FBK, recognized as foreign agents) and latent ones, which often do not have a pronounced political and ideological overtones, are analyzed. The author offers her own options for neutralizing this kind of subversive activity, in particular, by intensifying mass work with young people and forming patriotic value priorities among them.

Keywords: youth, students, buzzers, political consciousness, Internet, social networks, propaganda, information war, destructive technologies

ЕЖОВ Дмитрий Александрович — кандидат политических наук, доцент; доцент департамента политологии факультета социальных наук и массовых коммуникаций Финансового университета при Правительстве РФ (125167, Россия, г. Москва, Ленинградский пр-кт, 49/2; president@lenta.ru)

ТЕХНОЛОГИИ ПРЕДВЫБОРНОГО ХАЙПА В КАМПАНИЯХ КАНДИДАТОВ НА ПОСТ МЭРА МОСКВЫ

Аннотация. В статье анализируются технологии предвыборного хайпа, применявшиеся в ходе кампаний кандидатов на пост мэра Москвы, прошедших в 2023 г. В результате рассмотрения конкретных случаев использования вызывающих медийный ажиотаж тем и событий делается вывод об адаптации кампаний оппозиционных кандидатов к проведению выборов в условиях шоуизации. Отдельно отмечается стилистический контраст кампании лидера предвыборной гонки.

Ключевые слова: предвыборная кампания, выборы, выборы мэра Москвы, хайп, шоуизация

Распространение хайп-технологий в предвыборных кампаниях является непосредственным следствием шоуизации выборов [Ежов 2018] и отражает массовую потребность в концентрации на второстепенных с точки зрения хода избирательного процесса темах и событиях, привлекающих внимание и способствующих формированию медийного ажиотажа. Интеграция специфических тем в предвыборную повестку в целом не является чем-то новым и уникальным, однако наполнение ими конкретной предвыборной кампании перманентно обновляет базу случаев, вызывающих исследовательский интерес, придает ходу кампании яркость, делая ее запоминающейся. В рассматри-

ваемом контексте не стали исключением кампании кандидатов на пост мэра Москвы, прошедшие в 2023 г.

Хайп-технологии в рамках выборов мэра Москвы преимущественно нашли отражение в кампаниях кандидатов, представлявших политические партии системной оппозиции и обеспечивших альтернативу лидеру гонки — действующему мэру Москвы С. Собянину. При этом в качестве наиболее показательного примера в исследуемом контексте выступает кампания кандидата от партии «Новые люди» В. Даванкова, занимающего должность заместителя председателя Государственной думы РФ. Пожалуй, одним из наиболее запоминающихся событий в ходе его позиционирования в качестве претендента на пост московского градоначальника стал прыжок в бассейн с 10-метровой вышки в рамках проекта «Победи свой страх!», направленного на популяризацию здорового образа жизни и объединяющего любителей водных видов спорта. В данном случае хайп, непосредственно проявившийся в стилистике освещения средствами массовой информации данного факта, ставшего элементом предвыборной кампании кандидата, был направлен на героизацию его образа и дополнялся эффектом театрализации, практически выраженного в контрасте между прыжком вице-спикера Государственной думы РФ и предшествовавшим ему аналогичным действием, выполненным олимпийским чемпионом по прыжкам в воду И. Захаровым.

Элементы хайпа прослеживаются и в попытке В. Даванкова обезопасить жителей Москвы от беспилотников путем информирования о приближающихся БПЛА посредством рассылки СМС. Несмотря на сопутствующие инициативы, заключающиеся в отслеживании траектории полета БПЛА и перенаправлении в небо части дорожных и уличных камер, подобное предложение можно охарактеризовать исключительно как отдаленную от реальной действительности персональную реакцию на значимую тему, вызывающую в т.ч. беспокойство среди населения. Так, инициатива В. Даванкова, в частности, не учитывала, что атаки БПЛА преимущественно осуществляются ночью, а рассылка СМС, даже если они и будут прочитаны, спровоцирует панику среди населения.

Таким образом, мы видим, что кампания кандидата В. Даванкова характеризовалась попытками использовать в интересах своей личной раскрутки беспокоящие целевую аудиторию темы и проблемы, оказываясь таким образом на волне хайпа. Так, еще одним показательным примером, характерным для настоящего исследования, стало обращение В. Даванкова к главе Роспотребнадзора А. Поповой, содержащее предложение определить единый стандарт шаурмы, по мнению инициатора — одного из наиболее популярных видов уличной еды за счет калорийности и невысокой стоимости. Целесообразность выдвинутой инициативы В. Даванков подкрепляет мнением диетологов о сочетании в правильно приготовленной шаурме полезных элементов, необходимых организму человека. Важно заметить, что данная тема нашла отражение в заочном поединке с другими кандидатами на пост мэра Москвы. Так, выдвинутый КПрФ Л. Зюганов в ответ на внесение предложения о разработке стандарта шаурмы поделился с читателями своего телеграм-канала информацией, что перекусил шаурмой в палатке у МГУ вместе с группой, снимавшей предвыборный репортаж, и все остались довольны. Пролонгированный эффект хайпа выразился в закреплении темы шаурмы в повестке дня Государственной думы РФ. В частности, в сентябре 2023 г. В. Даванков заявил, что в начале осенней сессии в нижней палате парламента пройдет круглый стол по безопасному питанию, где при участии представите-

лей Роспотребнадзора, Минздрава и экспертного сообщества обсудят в т.ч. и стандарт шаурмы. Несмотря на то что по факту актуализация темы разработки и введения стандарта шаурмы вызвана участвовавшими случаями отравления соответствующей продукцией, в т.ч. со смертельным исходом, в контексте предвыборной кампании В. Даванкова ее развитие можно рассматривать в качестве типичного проявления хайп-технологий.

Отметим, что элементы хайпа и шоу в той или иной степени были характерны и для кампаний других кандидатов, позиционировавших себя в качестве альтернативы действующему мэру С. Собянину. Так, выдвинутый от ЛДПР Б. Чернышов строил свою кампанию преимущественно на апелляции к образу покойного лидера партии В. Жириновского. В целом, подобная стратегия может представляться характерной для партии ЛДПР на ближайшую перспективу, особенно вследствие создания нейросети «Жириновский» на основе публичных выступлений и интервью политика. В данном случае элементы хайпа дополняются эффектом пролонгации знакового образа. Кампания кандидата от партии «Справедливая Россия – За правду» Д. Гусева, согласно мнению, распространенному в экспертном сообществе и его собственной оценке, изложенной в личном телеграм-канале, строилась на самоиронии. Так, обозначение в виде символа и идейного вдохновителя предвыборной кампании гуся в целом соответствует тренду, выраженному в шоуизации выборов, подразумевающему в качестве сопровождающих эффектов хайп и театральность.

Проведенный анализ продемонстрировал склонность оппозиционных кандидатов на пост мэра Москвы к применению хайп-технологий и следованию тренду на шоуизацию выборов, с чем кампания лидера предвыборной гонки С. Собянина, содержащая в своей основе реализацию конкретных дел и проектов, заметно контрастировала. Опыт участия в московских выборах Д. Гусева, В. Даванкова, Л. Зюганова и Б. Чернышова можно рассматривать в качестве политического стартапа на соответствующем уровне, содержательно соответствующего актуальным тенденциям, характеризующим проведение предвыборных кампаний в условиях шоуизации.

Список литературы

Ежов Д.А. 2018. Выборы в условиях шоуизации. — *Вестник Института социологии*. Т. 9. № 2(25). С. 130–144. DOI: <https://doi.org/10.19181/vis.2018.25.2.515>

EZHOV Dmitry Aleksandrovich, Cand.Sci. (Pol.Sci.), Associate Professor; Associate Professor of the Department of Political Science, Faculty of Social Sciences and Mass Communications, Financial University under the Government of the Russian Federation (49/2 Leningradsky Ave, Moscow, Russia, 125167; president@lenta.ru)

TECHNOLOGIES OF PRE-ELECTION HYPE IN THE CAMPAIGNS OF CANDIDATES FOR THE POST OF MAYOR OF MOSCOW

Abstract. The article analyzes the technologies of pre-election hype used during the campaigns of candidates for the post of mayor of Moscow, held in 2023. As a result of the consideration of specific cases of the use of topics and events causing media hype, a conclusion is made about the adaptation of the campaigns of opposition candidates to the conduct of elections

in the conditions of showization. Separately, the paper notes a stylistic contrast of the campaign of the leader of the election race.

Keywords: election campaign, elections, Moscow mayoral elections, hype, showization

ГУЛЯЕВ Андрей Анатольевич — кандидат философских наук, доцент Московского финансово-промышленного университета «Синергия» (125190, Россия, г. Москва, Ленинградский пр-кт, 80; andrey.gulyaev1966@yandex.ru)

К ВОПРОСУ О ВЫБОРАХ МЭРА МОСКВЫ В СЕНТЯБРЕ 2023 г.

Аннотация. В статье рассматриваются характерные особенности выборов мэра Москвы в 2023 г., которые проходили с 8 по 10 сентября. Среди кандидатов были действующий глава города С.С. Собянин («Единая Россия»), вице-спикер Государственной думы Б.А. Чернышов (ЛДПР), вице-спикер Государственной думы В.А. Даванков («Новые люди»), депутат Государственной думы Д.Г. Гусев («Справедливая Россия»), депутат Московской городской думы Л.А. Зюганов (КПРФ). Из общего числа избирателей Москвы (почти 7,6 млн чел.) приняли участие в выборах мэра Москвы почти 3,3 млн избирателей. Явка на выборы мэра составила более 43% общего числа избирателей Москвы. Большинство из них проголосовали дистанционно. Особенностью выборов мэра Москвы было отсутствие нарушений, жалоб кандидатов. Выборы прошли как технические, поскольку популярность мэра Москвы С.С. Собянина среди избирателей хорошо известна. Поэтому все партии, имеющие свои фракции в Государственной думе, представили официальных кандидатов в мэры, играющих скорее техническую роль. Соревнование между ними шло за второе место после С.С. Собянина.

Ключевые слова: мэр, выборы, дистанционное голосование, единый день голосования, партийная фракция

Введение. В выборах мэра Москвы, проходивших с 8 по 10 сентября 2023 г., приняли участие 5 кандидатов, каждый из которых представлял одну из политических партий, имеющих фракцию в Государственной думе: это «Единая Россия», КПРФ, ЛДПР, «Справедливая Россия — За Правду» и «Новые люди». Общее число кандидатов, выдвинутых политическими партиями, первоначально составляло 6 — один из кандидатов был выдвинут не представленной в Думе Партией возрождения России. Еще 6 шли как самовыдвиженцы. Итого общее число кандидатов составило 12. Но лишь кандидаты, выдвинутые парламентскими партиями, смогли выполнить все установленные законом требования, необходимые для их регистрации на выборах, в т.ч. предоставить в поддержку своего выдвижения необходимое число подписей депутатов представительных органов местного самоуправления. В соответствии с федеральным законодательством кандидат на должность высшего должностного лица субъекта РФ должен представить в свою поддержку от 5 до 10% депутатов представительных органов муниципальных образований и/или избранных на муниципальных выборах глав муниципальных образований. Базовые параметры заданы на общенациональном уровне, а «тонкая настройка» определяется региональным законодателем [Долгих 2019а: 16]. На выборах мэра Москвы 2023 г. данный количественный параметр составил 110 подписей депутатов