

**Наталія Бобро, к. соц. н.**

*Харківський національний університет внутрішніх справ, Україна*

## **ПРОЯВИ ПОЛІТИЧНОЇ ДЕВІАЦІЇ ЯК ТЕХНОЛОГІЯ РОБОТИ З ЕЛЕКТОРАТОМ**

**Natalya Bobro, PhD in Sociology**

*Kharkiv National University of Internal Affairs, Ukraine*

## **MANIFESTATIONS OF POLITICAL DEVIATION AS A TECHNOLOGY OF WORKING WITH THE ELECTORATE**

In the article, the author considers the peculiarities of political behavior of people during election campaigns. Elections are a special kind of activity in which the electorate can manifest its deviant behavior. At the same time, the political elite, using objective and subjective factors can manipulate the behavior of the electorate. The author highlights the forms of political deviation. A special place is occupied by various types of propaganda. The author shows the transition of political behavior from socially accepted to deviating. The author also argues that in the case of complex manipulation, taking into account regional peculiarities, the electorate is not formed by protest behavior, but by the consent and support of the ruling elite, even under the condition of a sharp deterioration in living standards. Thus, in a separate case, political deviations become the norm in a particular state.

**Keywords:** deviation, political behavior, social norm, electorate, manipulation, propaganda.

Сучасне суспільство, розвивається в умовах прискороного розвитку, у якому людина змушена бути більш гнучкою до соціальних змін. Політична сфера стає однією з тих підсистем суспільства, яка створює нові виклики для пересічних громадян, стираючи кордони між загально прийнятними моделями політичної поведінки. Проте, розвиток політичної системи багато в чому залежить від моделей поведінки не тільки в політиці, але й у суспільстві в цілому. Категорія соціальної норми й види соціальних відхилень мають як загальні ознаки та прояви, так і специфічні залежно від ряду суб'єктивних й об'єктивних умов, у яких живе й функціонує те або інше суспільство. Однієї з яскравих форм прояву політичної поведінки є її різновид, поведінка електорату. І тут важливо, розуміти, що електоральний процес залежить як від соціально-економічних умов, психологічних особливостей індивідів, а також є полем впровадження різних маніпулятивних технологій, які досить часто є стимулами звернення громадян до політичних девіацій.

Вибори, з одного боку, необхідні елітам, щоб легітимізувати своє перебування при владі. З іншого боку, вони є єдиною реальною можливістю для громадян держави брати участь у прийнятті політичних рішень. Однак, у суспільствах з політичною системою, що трансформується, прикладом якої може служити політична система сучасної Росії, політичній еліті вигідно самій, використовуючи політичні девіації формувати загальне колективне позитивне сприйняття у громадян. Мова йде про те, що в умовах різкого падіння рівня життя громадян, вони не тільки масово беруть участь у виборчому процесі, але й продовжують легітимізувати владу, віддаючи їй свої голоси на підтримку. Це і є яскравий приклад політичної девіації, що у реаліях окремої держави стає нормою політичного життя.

Тобто, ми спостерігаємо, не втрату довіри виборців до влади, що повинне б було супроводжуватися наростанням кількості відмов від участі в політичних акціях підтримки влади, голосуванням «проти» у період виборчих кампаній. Але електоральна поведінка громадян Росії, засвідчує повну протилежність. Зокрема, під час останніх регіональних виборів і президентських у Росії проявляються зовсім інші моделі поведінки, які можна класифікувати як політичні девіації.

До вчених, які є засновниками досліджування особливостей девіантної поведінки можна віднести класичні роботи Дюркгейма Е., Мертона Р., Маркса К. й ряду інших. З огляду на предмет нашого дослідження, особливу увагу варто приділити роботам, присвяченим теорії стигматизації.

Суть теорії, полягає в більш деталізованому розгляді природи девіації коли групи тиску, еліти присвоюють статус девіанта членам менш впливових груп, незалежно від того чи мало місце відхилення від норми<sup>1</sup>. Відповідно девіації визначаються не самою поведінкою людини, а реакцією суспільства на таку поведінку. Таким чином, не концентруючись на причинах відповідно до яких здійснюється девіантний вчинок, прихильники теорії стигматизації намагаються пояснити за яких умов один і той же вчинок може розглядатися як девіантний або ж навпаки є нормою, не залежно від ситуації, характеристик індивіда. У контексті даного наукового напрямку цікаві роботи Беккера Г., Гоффмана І., Коллінза Р. Крім цього говорячи про політичні девіації, ми не можемо, не згадати класичну типологію німецького вченого Вебера М., про чотири типи соціальної дії. А також теорію соціальної дії Парсонса Т. Обидва вчених, науково підтвердили, той факт, що будь-яка індивідуальна дія носить соціальний характер. Важливе значення для функціонування будь-якої політичної системи має раціональність політичного вибору виборця. Вона свідчить про компетентність і відповідальність громадянина, стабільності і сталості його переваг, високому рівні довірі до існуючих політичних інститутів. У той час афективне голосування є ознакою відчуження від системи, незацікавленості громадянина у своєму виборі<sup>2</sup>.

Природу електоральної поведінки вивчали ряд вчених, серед яких особливе місце займають праці вчених, що розглядають взаємовплив особистісних характеристик і політичних переваг: Лазерсфельда П., Кемпбелла М., Ліпсета С., Даунсона Е. й інших. Зокрема, саме Лазерсфельд П., провівши низку емпіричних досліджень щодо сприйняття інформації населенням через засоби масової інформації розробив теорію «двоступеневого потоку інформації». Відповідно до якої інформація, що подається такими каналами як: радіо, телебачення, преса засвоюється масовою аудиторією не безпосередньо й не відразу, а через певний проміжок часу під впливом «лідерів думок». Враховуючи, особливу популярність у сучасному світі Інтернет каналів комунікації, використання технології «лідерів думок» дозволяють більш ефективно і якісно впливати на різні сегменти електорату, формуючи бажану поведінку у площині соціально-політичного життя<sup>3</sup>.

Незважаючи на широке коло вчених, які представляють різні галузі знань тема девіантного у політичному житті суспільства залишається мало вивченою. Більш того електоральна поведінка як особливий вид політичної дії має досить вузьку інтерпретацію форм девіантної поведінки й вони застосовуються уніфіковано до всіх суспільств.

Виходячи з розглянутого вище, метою даної статті є вивчення політичних девіацій як особливого типу роботи з електоратом в умовах російського суспільства на його сучасному етапі розвитку.

Більшість сучасних політичних діячів ставлячи своєю метою прихід до влади та її утримання, не орієнтуються на «власний» електорат, а воліють працювати на інтереси всіх соціальних груп. Така тактика вимагає від політичних акторів, використовувати соціально несхвальні засоби досягнення своїх політичних цілей, а саме маніпулювати поведінкою громадян, розраховуючи на їх ситуативну одноразову електоральну підтримку.

До таких основних засобів, які використовують політичні суб'єкти можна віднести:

1) Невиконання передвиборних програм, зміна політичної ідеології, перехід депутата з однієї політичної фракції в іншу. Все це може привести до масового розчарування електорату та змусити до пасивної участі у соціально-політичному житті.

2) Корупція серед політичних діячів. Незаконне одержання матеріальних винагород від приватних осіб або «груп тиску» для задоволення своїх потреб через впливи на політичних представників у владі. Це може проявлятися у зміні законів, розподілі грантів, державних замовлень, державних посад тощо.

3) Ігнорування політичним діячем безпосередніх посадових обов'язків (неучасть у сесійному голосуванні, відсутність під час засідань комітетів і комісій, недостатня робота в округах, тобто ігнорування прямої взаємодії з виборцями).

<sup>1</sup> Позднякова, М. Е. (2004). *Девіантне поведіння: методологія і методика дослідження*. Москва, 156-200.

<sup>2</sup> Вебер, М. (1990). *О некоторых категориях понимающей социологии: Макс Вебер Избранные произведения*: пер. с немецкого. сост., общ. ред. и послесл. Ю. Н. Давыдова. Москва: Книга, 110-120.

<sup>3</sup> Мелешкина, Е. Ю. (2001). *Исследования электорального поведения: теоретические модели и проблемы их применения*. Москва: Инфра-М, 46-53.

4) Використання «чорного піару» під час виборчого процесу проти свого опонента, маючи на меті або зниження його рейтингу, або змушення конкурента зняти свою кандидатуру з виборчих перегонів. Можливо інформаційний тиск через ЗМІ, через «силовий вплив», шляхом використання «незадоволених груп». Це може бути організація провокацій прихильників кандидата із силовими структурами, для дестабілізації ситуації в країні, особливо якщо його опонент є представником державної влади.

5) Приховування доходів від громадськості, що суперечить нормативним актам тієї або іншої держави. Така поведінка державних діячів набула поширення в багатьох розвинених країнах.

6) Нагнітання кандидатом або представниками владних структур суспільної паніки (наприклад, в економічній сфері країни), презентуючи образ ворога, змушуючи виборця обирати за принципом «краще ми, чим вони».

7) Штучне завищення свого рейтингу через ЗМІ, у тому числі й через соціальні мережі Інтернету<sup>1</sup>.

Розглянемо приклади реалізації даних технологій у сучасних реаліях політичного життя. Передвиборна президентська гонка 2018 р. у Російській Федерації характеризувалася різноманіттям не тільки кандидатів, але й технологій впливу на електорат. Умовно їх можна поділити на традиційні й не традиційні (нові) для російських виборців. До традиційних, можна віднести класичний набір методів впливу на електоральну поведінку.

Публічна боротьба з корупцією по всій вертикалі влади, що була поширена під час виборчої кампанії набула поширення й після переобрання президента. Боротьба з корупціонерами – це ще й технологія «торжества справедливості», відповідь влади на суспільні очікування через покарання чиновників і розподіл повернутих до державного бюджету фінансів. За даними глави Слідчого комітету Російської Федерації збиток від корупційних злочинів в 2017 році склав 10,3 млрд. руб., до відповідальності за корупційні злочини притягнуто 150 федеральних чиновників. До успіхів показової боротьби з корупціонерами у вищих ешелонах влади можна віднести – обвинувачення в одержанні хабара в розмірі більше 140 млн. рублів очільником Удмуртії Олександром Соловйовим; одержання хабара в розмірі 100 тисяч євро губернатором Кіровської області Микитой Белих; також обвинувачення у вимаганні 2 млн. доларів коштували посади Міністрові економічного розвитку Олексію Улюкаєву та іншим політичним діячам<sup>2</sup>.

Наступна технологія – завищення реального рейтингу лідера передвиборної гонки, що добре вплинуло на ту частину електорату, яка не визначилася, а таких було чимало. За даними соціологів Всеросійського центру дослідження суспільної думки, за місяць до дати виборів Президента Росії з 70 % росіян, що заявили про свій намір приймати участь у виборах, 11 % зізналися, що ще не визначилися з вибором<sup>3</sup>. Технологія завищення рейтингу, працює в такий спосіб – меншість, яка не визначилася, однозначно, підтримує вибір зростаючої більшості, оскільки не захоче протистояти. Зростаючі рейтинги В. Путіна, для виборця, що визначився, свідчать про його беззастережну перемогу, а отже про очевидність вибору для них.

Наступний варіант формування політичних девіацій у поведінці електорату – посилення пропаганди, спрямованої на підтримку тези про винятковість долі російського народу. Перший вектор – соціальний популізм, як технологія партії влади внутрішньо консолідувати суспільство через впровадження програм зрівняння громадян і підвищення рівня якості життя. До таких прийомів можна віднести: програми демографічного росту, охорони материнства й дитинства, на які декларувалося виділити 3,4 трлн. рублів, що на 40 % більше, ніж за попередні шість років правління команди. Також пільгове кредитування поліпшення житлових умов; підтримка внутрішнього виробника, високотехнологічного й агропромислового комплексу та інше. Другий вектор – світове лідерство, підтримка образу зовнішнього ворога (США, Західна Європа, «всі, хто проти нас»), що опирається на формування віри в могутність Росії. До прикладів такої пропаганди можна віднести: позитивні оцінки роботи армії Росії у Сирії,

<sup>1</sup> Мелешкина, Е. Ю. (2001). *Исследования электорального поведения: теоретические модели и проблемы их применения*. Москва, Инфра-М, 41-56.

<sup>2</sup> Более 150 федеральных чиновников привлекли к ответственности за коррупцию в 2017 году. *Коммерсантъ*. <<https://www.kommersant.ru/doc/3496793>> (2017, грудень, 25).

<sup>3</sup> Выборы – 2018. *Пресс-выпуск Всероссийский центр изучения общественного мнения*. <[https://wciom.ru/news/ratings/vybory\\_2018/](https://wciom.ru/news/ratings/vybory_2018/)> (2018, грудень, 15).

заяви про нові розробки військово-оборонного комплексу країни (ракетний комплекс «Сармат», літак-носій «Кінджал» тощо).

У питаннях щодо залучення електорату на виборчі дільниці, російські політехнологи відійшли від класичних прийомів. І, вперше, після застосування у виборчій кампанії Б. Ельцина, звернулися до більш західної технології «незаперечення» у боротьбі із чорним піаром. Серед нетрадиційних прийомів для російських виборчих кампаній можна віднести рекламні ролики, які вірусно розповсюджувалися в мережі Інтернет («Секс і вибори», «Народжуюча у таксі»).

Особливе місце в маніпулятивних діях влади було відведено і концепції З. Фрейда. Зокрема, в одному з рекламних роликів студії «Росвідео», в яких влада зверталася до громадян із закликом не ігнорувати вибори, а виконати свій громадянський обов'язок і проголосувати, були використані не лише чіткі гендерні стереотипи. В роликах наочно продемонстровані типові сексуальні страхи середньостатистичних росіян (від коханця дружини на сімейній кухні, через життя втрех, до зміни сексуальних переваг у бік одностатевої любові, узаконених на законодавчому рівні). У цілому ситуація представлена як кошмарний сон, завершення якого можливо винятково після приходу на виборчу дільницю. Не менш оригінальний й образ дівчини із клубу, що, усамітнюючись із хлопцем з явної для глядача метою, перевіряє досягнення їм повноліття, не запитуючи паспорт, а оригінальним способом – цікавлячись чи ходив він на вибори. Підсумком ролика стає висновок «Секс і вибори – тільки для дорослих», хлопець, на жаль, проігнорував волевиявлення, тому по сюжеті залишився на самоті. До виборчої кампанії 2018 року у російській практиці подібного масштабного маніпулювання на тлі звернення до сексуальності не спостерігалось. Враховуючи контекст рекламних роликів, побудований на контрасті традиційних сімейних цінностей і не традиційних, можна стверджувати, що вони орієнтовані на електорат у віці 30-45 років. То б то, діюча політична еліта Росії, визнала втрату свого рейтингу серед працездатної частини населення і почала активно створювати для них нові політичні девіації.

Лідери думок «перекочували» в Інтернет – блоги більш-менш популярних діячів російської естради, кіно, театру, не лише мають сторінки з закликами приймати участь у виборах, але й містять детальні розповіді для шанувальників, як проголосувати не за місцем проживання, у випадку якщо в день виборів «ти будеш у від'їзді». Слід зазначити, що для російської виборчої кампанії – це перший досвід настільки масової Інтернет-інтервенції відомих особистостей різного рівня. Тим самим досягається паритет думок, фанати йдуть за своїми зірками на виборчі дільниці, у той час як самі знаменитості не стомлюють своєю присутністю на вулицях незаангажованих громадян. Крім того, подібний хід дійсно впливає на російську молодь, для якої позиція «лідерів думок» із соціальних мереж є більш значимою, чим досвід батьків, поради друзів.

Таким чином, з одного боку, політична девіація кандидатів і представників владних структур збільшує соціальну апатію до політичних процесів серед населення, з іншої, може привести до формування бажаного результату, повної підтримки провладних сил. Прикладом останнього, і є Росія, у такому випадку політична девіація для цієї держави стала нормою. Важливим індикатором недовіри політичної влади, на наш погляд, є динаміка збільшення відсотка населення, яке не приймає участь у виборах.

Однак у багатьох країнах малий відсоток активного населення може означати стабільний соціально-економічний розвиток, де населення в цілому задоволено своїми соціальними ролями, і до політичних процесів ставиться пасивно. Так чи інакше, ми зіштовхуємося із суспільно-політичною девіацією серед населення (соціальною апатією до політичного життя), де політична еліта може маніпулювати невеликим відсотком активних громадян, які не повною мірою представляють всі соціальні прошарки суспільства.

### References:

1. Bolee 150 federalnyh chinovnikov privlekli k otvetstvennosti za korrupciju v 2017 godu (More than 150 federal officials held accountable for corruption in 2017). *Komersant*. <<https://www.kommersant.ru/doc/3496793>> (2017, December, 25). [in Russian]
2. Djurkejm, Je. (1980). *Sociologija i teorija poznanija* [Sociology and Theory of Knowledge]. Moscow. [in Russian].
3. Kaminskij, V. S. (2018). Itogi vyborov Prezidenta RF v 2018 g.: regionalnoe izmerenie [The results of the presidential election in 2018: the regional dimension]. *Jepoha nauki* [Era of science], no. 16, 253-265. <[doi:http://DOI.10.24411/2409-3203-2018-11668](http://DOI.10.24411/2409-3203-2018-11668)>. [in Russian].

4. Meleshkina, E. Ju. (2001). *Issledovanija jelektoralnogo povedenija: teoreticheskie modeli i problemy ih primeneniya* [Studies of electoral behavior: theoretical models and problems of their application]. Moscow. [in Russian].
5. Merton, R. (2006). *Socialnaja teorija i socialnaja struktura* [Social Theory and Social Structure]. Moscow. [in Russian].
6. Pozdnakova, M. E. (2004). *Deviantnoe povedenie: metodologija i metodika issledovanija* [Deviant behavior: research methodology and methodology]. Moscow. [in Russian].
7. Wciom.Ru (2018). Press-vypusk VCIOM Vybory – 2018 [VTSIOM press release Elections – 2018] <[https://wciom.ru/news/ratings/vybory\\_2018/](https://wciom.ru/news/ratings/vybory_2018/)>. (2018, September, 15). [in Russian].
8. Weber, M. (1990). *O nekotoryih kategoriyah ponimayushey sotsiologii* [The some categories understanding Sociology]. Moscow. [in Russian].