

УДК 324

ОСОБЛИВОСТІ ПОЛІТИЧНОЇ ДЕВІАЦІЇ ЯК ТЕХНОЛОГІЯ РОБОТИ З ЕЛЕКТОРАТОМ

Малявін Євген Вікторович

старший викладач кафедри соціології та політології,
Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»

Авторське резюме

У статті автор розглядає особливості політичної поведінки людей у період виборчих кампаній. Вибори – це особливий вид діяльності в якому електорат може проявляти свою девіантну поведінку. У той же час, політична еліта, використовуючи об'єктивні й суб'єктивні фактори може маніпулювати поведінкою електорату. Автор виділяє форми політичної девіації. Особливе місце займають різні види пропаганди. Автор показує перехід політичної поведінки із соціально прийнятної до відхиленої від норми. Також автор доводить, що у випадку комплексного маніпулювання з урахуванням регіональних особливостей, в електораті формується не протестна поведінка, а згода й підтримка правлячої еліти, навіть за умови різкого погіршення рівня життя. Таким чином, в окремому випадку політичні девіації стають нормою в окремо взятій державі.

Ключові слова: девіація, політична поведінка, соціальна норма, електорат, маніпуляції, пропаганда.

ОСОБЕННОСТИ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ДЕВИАЦИИ КАК ТЕХНОЛОГИЯ РАБОТЫ С ЭЛЕКТОРАТОМ

Малявин Евгений Викторович

Авторское резюме

В статье автор рассматривает особенности политического поведения людей в период избирательных кампаний. Выборы это особый вид деятельности в котором электорат может проявлять свое девіантное поведение. В тоже время, политическая элита, используя объективные и субъективные факторы может манипулировать поведением электората. Автор выделяет формы политической девіации. Особое место занимают различные виды пропаганды. Автор показывает переход политического поведения из социально принятого в отклоняющееся. Также автор доказывает, что в случае комплексного манипулирования с учетом региональных особенностей, у электората формируется не протестное поведение, а согласие и поддержка правящей элиты, даже при условии резкого ухудшения уровня жизни. Таким образом, в отдельном случае политические девіации становятся нормой в отдельно взятом государстве.

Ключевые слова: девіация, политическое поведение, социальная норма, электорат, манипуляции, пропаганда.

FEATURES OF POLITICAL DEVIATION AS A TECHNOLOGY OF WORK WITH THE ELECTORATE

Evgeny Malyavin

Abstract

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 single state.

Key words: deviation, political behavior, social norm, electorate, manipulation, propaganda.

Постановка проблеми. Динамичные процессы сопровождающие существование любого современного общества? безусловно, охватывают и сферу политической жизни. Развитие политической системы во многом зависит от моделей поведения не только в политике, но и в обществе в целом. Категория социальной нормы и виды социальных отклонений имеют как общие признаки и проявления, так и специфичны в зависимости от ряда субъективных и объективных условий в которых живет то или иное общество. Одной из ярких форм проявления политического поведения является его разновидность, поведение электората. И здесь важно, понимать, что электоральный процесс зависит как от социально-экономических условий, психологических особенностей, но также является полем внедрения различных манипулятивных технологий, которые достаточно часто являются стимулами обращения граждан к политическим девиациям.

Выборы, с одной стороны, необходимы элитам, чтобы легитимировать свое пребывание у власти. С другой стороны, они являются единственной реальной возможностью для граждан государства участвовать в принятии политических решений. Однако, в обществах с трансформирующейся политической системой, примером которой может служить политическая система современной России, политической элите выгодно самой используя политические девиации формировать общее коллективное восприятие у граждан. При такой ситуации в условиях резкого падения уровня жизни граждане не только массово участвуют в избирательном процессе, но и легитимизируют власть, отдавая ей

свои голоса в поддержку. Это и есть яркий пример политической девиации, которая в реалиях отдельного государства становится нормой политической жизни.

То есть мы наблюдаем не утрату доверия избирателей к власти, что должно бы было сопровождаться нарастанием количества отказов от участия в политических акциях, протестном поведении в период избирательных кампаний. В ходе последних региональных выборов и президентских в России проявляются совершенно иные модели поведения.

Анализ научных исследований и публикаций. К ученым занимавшимся изучением девиантного поведения можно отнести классические работы Э. Дюркгейма, Р. Мертона, К. Маркса и ряда других [4; 5; 7]. Учитывая предмет нашего исследования, особое внимание следует уделить работам, посвященным теории стигматизации. Суть теории заключается в более детализированном рассмотрении природы девиации когда группы давления, элиты присваивают статус девианта членам менее влиятельных групп, вне зависимости от того совершено ли отклонение или нет. В контексте данного научного направления интересны работы Г. Беккера, И. Гоффманна, Р. Коллинза [1; 4]. Кроме этого говоря о политической девиации мы не можем не вспомнить классическую типологию немецкого ученого М. Вебера, о четырех типах социального действия [2]. А также на теорию социального действия Т. Парсонса [8]. Оба ученых создали научное подтверждение тому, что любое индивидуальное действие носит социальный характер. Природу электорального поведения изучали ряд ученых, среди которых особое место занимают работы ученых, рассматривающих взаимовлияние личностных характеристик и политических предпочтений, таких как П. Лазерсфельда, С. Липсет, Э. Даунсона и других [6].

Несмотря на широкий круг ученых, которые представляют различные отрасли знаний тема девиантного поведения в политической жизни общества остается мало изученной. Более этого электоральное поведение как особый вид политического действия имеет достаточно узкую интерпретацию форм девиантного поведения и они применяются унифицировано ко всем обществам, без учета специфики.

Исходя из рассмотренного выше **целью данной статьи** является изучение политических девиаций как особого типа работы с электоратом в условиях отдельного российского общества на его современном этапе развития.

Изложение основного материала. Большинство современных политических деятелей ставя своей целью приход к власти и ее удержание, не ориентируются на «свой» электорат, а предпочитают работать на интересы всех социальных групп. Такая тактика требует от политических акторов использовать социально неодобряемые средства достижения своих политических целей, а

именно манипулировать поведением граждан рассчитывая на их единоразовую электоральную поддержку.

К таким основным средствам политических субъектов можно отнести:

1) невыполнение предвыборных программ, изменение политической идеологии, за которую выступал кандидат на тот или иной пост в органы власти (переход депутата из одной политической фракции в другую). Все это может привести к массовому разочарованию его электората и последующей аполитичности к социально-политической жизни.

2) коррупция среди политических деятелей. Незаконное получение материальных благ от частных лиц или «групп давления» для удовлетворения своих потребностей через воздействия на политических представителей во власти. Это может проявляться: в изменении законов, распределении грантов, государственных заказов, государственных постов и т.д.

3) игнорирование государственного деятеля в работе органов законодательной и исполнительной власти (неучастие в сессионном голосовании, отсутствие в комитетах и комиссиях, недостаточная работа в округах, т.е. игнорирование прямого взаимодействия с избирателями).

4) использование «черного пиара» на выборах в сторону своего оппонента (конкурента) неправдивой информации, с целью понижения его рейтинга или вынудить его снять свою кандидатуру. Возможно информационное давление через СМИ, а так же через «силовое воздействие», путем «недовольных групп» или маргиналов. Это может быть организация провокаций сторонников кандидата с силовыми структурами, для дестабилизации ситуации в стране, особенно если его оппонент является представителем государственной власти.

5) скрытие доходов от общественности, что противоречит нормативным актам того или иного государства. Данное поведение государственных деятелей распространено во многих развитых странах.

6) нагнетание кандидатом или представителями властных структур общественной паники (например, в экономической сфере страны), презентуя образ врага («лучше уж мы, чем они»).

7) искусственно завышения своего рейтинга через СМИ, в том числе и социальные сети Интернета [6].

Рассмотрим примеры реализации данных технологий в современных реалиях политической жизни. Предвыборная президентская гонка 2018 г. в РФ характеризуется многообразием не только кандидатов, но и технологий воздействия на электорат. Условно их можно поделить на традиционные и не традиционные (новые) для российских избирателей. К традиционным можно отнести классический набор методов воздействия на электоральное поведение.

Публичная борьба с коррупцией по всей вертикали власти, которая была продолжена и после переизбрания президента. Борьба с коррупционерами – это еще и технология «торжества справедливости», ответ власти на общественные ожидания через наказание чиновников и распределение возвращенных в общий бюджет средств. По данным главы Следственного комитета РФ ущерб от коррупционных преступлений в 2017 году составил 10,3 млрд. руб., к ответственности за коррупционные преступления привлечено 150 федеральных чиновников. К успехам показательной борьбы с коррупционерами в высших эшелонах власти можно назвать: обвинение в получении взятки в размере более 140 млн. рублей главы Удмуртии Александра Соловьева; получение взятки в размере 100 тысяч евро губернатором Кировской области Никитой Белых; обвинение в вымогательстве 2 млн долларов стоило должности и свободы Министру экономического развития Алексею Улюкаеву и ряд других фигур.

Завышение реального рейтинга лидера предвыборной гонки, что хорошо для привлечения еще не определившейся части избирателей, а таких немало. По данным социологов ВЦИОМ (Всероссийский центр исследования общественного мнения) за месяц до даты выборов Президента России из 70 % россиян, заявивших о своем намерении идти на выборы, 11 % сознались, что еще не определились с выбором [3]. Технология завышения рейтинга работает следующим образом – колеблющееся меньшинство, однозначно, пойдет за явно растущим большинством, поскольку не захочет ему противостоять. Растущие рейтинги В. Путина, для не определившегося избирателя свидетельствуют о его безоговорочной победе, а следовательно об очевидности выбора для них.

Усиление пропаганды направленной на поддержку исключительности судьбы русского народа. Первый вектор – социальный популизм как технология партии власти внутренне консолидировать общество через внедрение программ уравнивания граждан и повышения их качества жизни. К таковым приемам можно отнести: программы демографического роста, охраны материнства и детства, на которые уже запланировано выделить 3,4 трлн. рублей, что на 40 % больше, чем за предыдущие шесть лет правления команды; льготное кредитование улучшения жилищных условий; поддержка внутреннего производителя, высокотехнологического и агропромышленного комплекса и другое. Второй вектор – мировое лидерство, поддержка образа внешнего врага (США, Западная Европа, «все кто против нас»), опирающаяся на формирование у граждан веры в могущество РФ и готовности армии защитить и победить. К таковым можно отнести: положительные оценки работы армии РФ в Сирии, заявления о новых разработках военно-оборонного комплекса страны

(ракетный комплекс «Сармат», крылатая ракета с ядерной энергоустановкой, самолет-носитель «Кинжал и другое).

В вопросах привлечения электората на избирательные участки российские политтехнологи отошли от классических приемов и впервые, после применения в избирательной кампании Б. Ельцина исключительно западной технологии «неотрицания» в борьбе с черным пиаром, использовали ряд приемов нетрадиционных для российских избирательных кампаний подаваемых в рекламных роликах вирусно распространяемые в сети Интернет («Секс и выборы», «Рожающая в такси»).

Наконец-то вспомнили о З. Фрейде и его концепции. В одном из рекламных роликов, призывающих граждан не игнорировать выборы и выполнить свой гражданский долг придя на них, не просто присутствуют четкие гендерные стереотипы (традиционное исполнение социальных ролей мужа и жены, долгие годы состоящих в браке), но и наглядно продемонстрированы типичные сексуальные страхи среднестатистических россиян (от любовника жены на семейной кухне, через жизнь втроем, до изменения сексуальных предпочтений в сторону однополый любви, узаконенных на законодательном уровне). В целом ситуация представлена как кошмарный сон, завершение которого возможно исключительно после прихода на избирательный участок. Не менее оригинален и образ девушки из клуба, которая, уединяясь с парнем с явной для зрителя целью, проверяет достижение им совершеннолетия, не спрашивая паспорт, а оригинальным способом – интересуясь ходил ли он на выборы. Итогом ролика становится вывод «Секс и выборы – только для взрослых», парень, увы, проигнорировал волеизъявление, поэтому по сюжету остался в одиночестве. До этого, пожалуй, единственным примером, ставшим уже классикой посылка к сексуальности российских граждан в ходе президентских PR компаний, было обращение Н. Михалкова к женщинам РФ с просьбой, прежде чем определиться с выбором будущего президента, представить себя в постели с кандидатом за которого они собрались голосовать. По сегодняшний день не ясно насколько эффективен такой призыв, но тогда победу одержал Б. Ельцин.

Лидеры мнений «перекочевали» в Интернет – блоги всех более-менее популярных деятелей российской эстрады, кино, театра, а так же раскрученных блогеров (от О. Басилашвили до О. Бузовой) не только пестрят призывами идти на выборы, но и содержат детальные рассказы для поклонников, как проголосовать не по месту жительства, в случае если 18 марта 2018 г. «ты будешь в отъезде». Следует отметить, что для российской избирательной компании это первый опыт столь массовой Интернет-интервенции известных личностей разного уровня, в то время когда на плакатах с биг-бордов к тому же призывают абсолютно обезличенные врачи, учителя, сталевары и т.д. Тем самым достигается паритет мнений,

фанаты идут за своими звездами на избирательные участки, в то время как сами знаменитости не утомляют своим присутствием на улицах незаангажированных граждан. Кроме того, подобный ход действительно может оказать влияние на российскую молодежь, для которой позиция лидеров мнений из социальных сетей более значима, чем опыт родителей, советы друзей или информация рекламных роликов.

Выводы. Таким образом, с одной стороны, политическая девиация кандидатов и представителей властных структур увеличивает социальную апатию к политическим процессам среди населения, с другой, может привести к формированию желаемого результата, полной поддержки провластных сил. Примером последнего и является Россия, в таком случае политическая девиация для данного государства стала нормой. Важным индикатором недоверия политической власти, на наш взгляд, является динамика увеличение процента населения не пришедших на выборы.

Однако во многих странах малый процент активного населения может означать стабильное социально-экономическое развитие, где население просто в целом удовлетворено своими социальными ролями, и к политическим процессам относиться пассивно. Так или иначе, мы сталкиваемся с общественно-политической девиацией среди населения (социальной апатией к политической жизни), где политическая элита может манипулировать небольшим процентом активных граждан, которые не в полной мере представляют все социальные слои (например, клиента).

Список использованных источников

1. Беккер Г., Босков А. Современная социологическая теория / Г. Беккер, А. Босков. — М., 1961 — 239 с.
2. Вебер М. О некоторых категориях понимающей социологии / Макс Вебер Избранные произведения: [пер. с немецкого. сост., общ. ред. и послесл. Ю. Н. Давыдова]. — М.: Книга, 1990. — 808 с.
3. Выборы – 2018 [Электронный ресурс]. Всероссийский центр изучения общественного мнения. — Режим доступа: https://wciom.ru/news/ratings/vybory_2018/
4. Девиантное поведение: методология и методика исследования / Под ред. М. Е. Поздняковой. — М., 2004 — 342 с.
5. Дюркгейм Э. Социология и теория познания / Э. Дюркгейм. — М.: Академический проект, 1980. — 386 с.
6. Мелешкина Е. Ю. Исследования электорального поведения: теоретические модели и проблемы их применения / Е. Ю. Мелешкина // Зарубежная политология в XX столетии: сборник научных трудов. — М.: Инфра-М, 2001. — С. 41-56.
7. Мертон Р. Социальная теория и социальная структура / Р. Мертон. — М.: АСТ, 2006 — 873 с.
8. Парсонс Т. Система современных обществ / Т. Парсонс; пер. с англ. Л. А. Седова и А. Д. Ковалева. — М.: Аспект Пресс, 1998. — 270 с.

References

1. Bekker G., Boskov A. 1961. Sovremennaja sociologicheskaja teorija [Modern sociological theory]. Moscow, 239. (in Russian).
2. Weber M. 1990. O nekotoryih kategoriyah ponimayushey sotsiologii [The some categories understanding Sociology]. Book , Moscow, 808. (in Russian).
3. Vybory – 2018 [Elections - 2018] Retrieved from: https://wciom.ru/news/ratings/vybory_2018/ (in Russian).
4. Deviantnoe povedenie: metodologija i metodika issledovanija [Deviant behavior: research methodology and methodology]. Moscow, 342. (in Russian).
5. Djurkgejm Je. 1980. Sociologija i teorija poznaniya [Sociology and Theory of Knowledge]. Academic project, Moscow 386. (in Russian).
6. Meleshkina, E.Ju. 2001. Issledovanija jelektoral'nogo povedenija: teoreticheskie modeli i problemy ih primenenija [Studies of electoral behavior: theoretical models and problems of their application]. Infra-M, Moscow, 41-56. (in Russian).
7. Merton R. 2006. Social'naja teorija i social'naja struktura [Social Theory and Social Structure]. Moscow, 873. (in Russian).
8. Parsons T. 1998. Sistema sovremennyh obshhestv [System of modern societies]. Aspect Press, Moscow, 270. (in Russian).

Малявін Євген Вікторович — старший викладач кафедри соціології та політології, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут».
Адреса: вул. Кирпичова, 2, м. Харків, Україна, 61002.

Малявин Евгений Викторович — старший преподаватель кафедры социологии и политологии, Национальный технический университет «Харьковский политехнический институт».
Адресс: ул. Кирпичева, 2, г. Харьков, Украина, 61000.

Malyavin Evgeny Viktorovich — senior lecturer at the department of Sociology and Political science National Technical University «Kharkov Polytechnic Institute».
Address: Kirpicheva str., h. 2, Kharkov, Ukrainian, 61002.
e-mail: evgeny.party@ukr.net

Стаття надійшла до редакції 18.11.2018 р.