

На правах рукописи



Смулькина Наталья Валентиновна

**ОСОБЕННОСТИ ВОСПРИЯТИЯ РОССИЙСКИХ ПОЛИТИЧЕСКИХ
ЛИДЕРОВ В ХОДЕ ПРЕЗИДЕНТСКОЙ ИЗБИРАТЕЛЬНОЙ КАМПАНИИ**

Специальность 19.00.12 –
«Политическая психология» (по политическим наукам)

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание ученой степени
кандидата политических наук

Москва – 2014

Диссертация выполнена на кафедре социологии и психологии политики факультета политологии Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова».

Научный руководитель: доктор философских наук,
профессор **Шестопа́л Елена Борисовна**

**Официальные
оппоненты:** доктор политических наук,
профессор **Попова Ольга Валентиновна**
профессор кафедры политических
институтов и прикладных политических
исследований факультета политологии
ФГБОУ ВПО «Санкт-Петербургский
государственный университет»

кандидат политических наук,
Добрынина Екатерина Павловна
заместитель ответственного секретаря
ФГБУ «Редакция «Российской газеты»

Ведущая организация: Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего
профессионального образования
«Национальный исследовательский
Томский государственный университет»

Защита состоится «15» апреля 2014 г. в 15 ч. 00 мин. на заседании Диссертационного совета по политическим наукам Д 501.001.47 на базе Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова» по адресу: 119991, Ломоносовский проспект д. 27 корп. 4, корпус «Шуваловский», факультет политологии, ауд. А-619.

С диссертацией можно ознакомиться в Отделе диссертаций Научной библиотеки МГУ имени М.В. Ломоносова по адресу: 119991, Москва, Ломоносовский проспект, д. 27, Фундаментальная библиотека, сектор А, 8 этаж, комн. 812.

Автореферат разослан «___» февраля 2014 г.

Ученый секретарь
Диссертационного совета Д 501.001.47,
кандидат политических наук, доцент



С.В. Володенков

I. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы диссертационного исследования

В современной политологической литературе приводится множество фактов, свидетельствующих о возрастании значимости личности политиков в ходе восприятия политических процессов, начиная со второй половины 20 века¹. Особенно велик интерес избирателей к политическим лидерам, выступающим в качестве кандидатов на президентских избирательных кампаниях. Несмотря на большой объем исследований, в литературе нет единства мнений относительно причин такого роста интереса к образам лидеров-кандидатов.

Осуществляя свой электоральный выбор, граждане оперируют образами, возникающими под влиянием представлений воспринимающего (субъектные факторы), особенностей объектов политического восприятия (объектные факторы) и внешних информационных воздействий (коммуникативные факторы). Одной из важнейших исследовательских проблем по-прежнему остается сложность, а порой и невозможность оценки роли различных факторов, влияющих на формирование образа в условиях конкретной электоральной ситуации. В политической науке все ещё нет ответов и на вопросы о том, как и почему происходят изменения в отношении избирателей к тем или иным политикам, какие факторы влияют на динамику образов и на их голосование «за» или «против» кандидата.

Высокая значимость президентских выборов заставляет исследователей уделять пристальное внимание проблеме формирования образов кандидатов в Президенты в массовом сознании и их влияния на электоральное поведение в современной России.

Освоение российским обществом института демократических выборов, сопровождаемое укреплением своеобразного «иммунитета» к предвыборной

¹См.: например, Miller A. H., Miller W. E. Ideology and the 1972 election: Myth or reality- a rejoinder // American Political Science Review. 1974. Vol. 70. P. 832–849; Clarke H. D., Jenson J., LeDuc L., Pammett J. H. Absent mandate: The politics of discontent in Canada. Toronto, 1984. P. 452–469; Brown S. D., Lambert R. D., Kay B. J., Curtis J. E. In the eye of the beholder: Leader images in Canada // Canadian Journal of Political Science. 1988. Vol. 21. P. 729–755.

риторике делает ещё более актуальной задачу выявления специфики политического восприятия в российских электоральных условиях. Данная проблема связана и с изменившимся в последние годы вектором массовых политических настроений при сохранении общего баланса сил в российском электоральном пространстве. Значимыми здесь становятся и изменения в структуре российской общества, например приход в политику новых поколений, проходивших политическую социализацию в период президентства Б.Н.Ельцина, и в первые два срока В.В.Путина.

Этап стабилизации в политической сфере, происходивший в период первых двух сроков президентства В.В.Путина и ознаменовавшийся широкой поддержкой россиянами его политического курса², в годы президентства Д.А.Медведева сменяется кризисом доверия политической власти со стороны населения и ростом протестных настроений. В условиях столь резких изменений социальных настроений актуальным становится изучение влияния состояния массового сознания на восприятие политических лидеров.

Уникальность сочетания в образе отражений реальных характеристик объекта восприятия и ожиданий воспринимающей стороны, её зависимость от динамичной российской политической реальности, делает актуальным моделирование восприятия политического лидера, как в теоретическом, так и в практическом плане. С практической стороны, тема диссертационного исследования в первую очередь представляется актуальной, в силу того, что анализ образа политика-кандидата в условиях избирательной ситуации позволяет корректировать ход избирательного процесса. В теоретическом плане актуальность исследования связана с изучением влияния электоральной ситуации на образы лидеров. Это определило выбор, прежде всего, качественных методов, их адаптацию применительно к исследовательским задачам и конкретизацию интерпретационных схем.

²Селезнева А.В. Поколения в российской политике: политические представления и ценности: автореф. дис. ... канд. полит. наук: 19.00.12 / Селезнева Антонина Владимировна. М., 2008. С.4.

Диссертация посвящена специфике политического восприятия лидеров-кандидатов, при оценке влияния на него в первую очередь факторов объектного, субъектного и коммуникативного характера. Данная интерпретация темы предполагает рассмотрение образа реального политического лидера с учетом его идеальных прототипов. Степень соответствия существующих в массовом сознании образов «желаемого» и «реально действующего» лидера определяет уровень его легитимности и, в конечном счете, обеспечивает коммуникацию власти и общества. Актуальным в контексте данной проблематики, представляется изучение степени целостности, непротиворечивости образов политических лидеров в массовом сознании россиян, их адекватности запросу общества.

Степень научной разработанности проблемы

При исследовании восприятия кандидатов в президенты автор опирался на теоретические разработки в области президентства, политического восприятия, факторов его определяющих. При наличии достаточного объема теоретического и эмпирического материала в политологии и политической психологии на сегодняшний день нет комплексного подхода к исследованию специфики восприятия реальных политиков, действующих в условиях реальной избирательной кампании.

В первую очередь выделим блок работ посвященных проблеме политического восприятия власти и лидеров. Данный вопрос освещался в работах известных зарубежных политических психологов и социологов - Ф. Гринстайна, Б. Глэд, С. Дайсона, Д. Кампуса, М. Квэйдера, Д. Понтона, Т. Престона Р. Стогдила, Д. Трейсмена, Э. Фидлера, М. Херманн. Не менее значимыми являются и труды отечественных авторов - Е.Б. Абашкиной, С.Ю. Белоконева, И.К. Владыкиной, Е. В. Гикавого, В.В. Гришина, Т.В. Евгеньевой, Е.В. Егоровой-Гантман, В.А. Зорина, А.Г. Качкаевой, Е.А. Киктевой, Е.В. Лобзы, С. Медведевой, С.В. Нестеровой, Л.А. Пресняковой, Е.С. Семеновой, А.И. Соловьева, С.В. Туманова, Е.А. Ушаковой, С.П. Цоя, Н.П. Шелекасовой, Е.Б Шестопап, Т.А. Штукиной и др. Наибольшую ценность для данного

исследования представляют работы, посвященные изучению особенностей восприятия первых лиц государства и кандидатов в президенты³, а также структуры политического образа⁴. Данные научные разработки позволили четко обозначить ключевые психологические измерения образов, и сфокусироваться на изучении их специфики и взаимозависимостей.

Второй блок работ посвящен изучению специфики процесса политического восприятия, в зависимости от воздействия факторов разного типа. Данная проблема поднимается в работах С. Фельдмана и П. Коновер, М. Бербенка, Ф. Гринстайна, Р. Хакфельда, В. Ран и Д. Салливана, С.А. Белановского, О.В. Букреевой, Л.А. Ефимовой, М.И. Жесткова, И.В. Задорина, А.Л. Зверева, Л.А. Пресняковой и др⁵. Существуют основания говорить о

³См.: например, Kinder D., Fiske S. Presidents in the Public mind // M.Herman (ed) Political psychology. 1984. Vol. II. P.193–218; Kinder D. R. Presidential Character Revisited // Political Cognition: The 19 Annual Carnegie Symposium on Cognition. 1986. P.262–266; Fiske S., Neuberg S. A continuum of impression formation, from category-based to individuating processes: Influences of information and motivation on attention and interpretation // Advances in experimental social psychology/ Ed. by M.P. Zanna. 1990. Vol. 23. P. 1–74; Пищева Т.Н. Политические образы: проблемы исследования и интерпретации // Полис. 2011. № 2. С. 47–52.

⁴См.: например, Candidates and Their Images/ ed. by Dan D. Nimmo, Robert L. Savage. California, 1976. 250 p.; Rosenberg, Shawn W., Kahn S., Tran T. Creating a Political Image: Shaping Appearance and Manipulating the Vote // Political Behavior. 1991. Vol. 13. P. 347; Kristensen N. N. Perceptions of Power and Democracy: Analytical and Methodological Dilemmas of the Construction of Images // Qualitative Studies. 2010. Vol. 1. No. 1. P. 21–27.; Шестопап Е.Б. Образ и имидж в политическом восприятии: актуальные проблемы исследования // Образы государств, наций и лидеров. М., 2008. С. 8–23; Романович Н.А. Формирование и воспроизводство образа власти в российском обществе: монография. 2009. 400 с.; Щербинина Н.Г. Политический образ и имидж: соотношение понятий // Актуальные проблемы современной политической психологии: юбилейный сборник кафедры / Под ред. Е.Б. Шестопап. М., 2010. С. 111–118; Вилков А.А. Ментальное восприятие региональной власти // Известия Саратовского университета. Серия Социология. Политология. Выпуск 4. Т. 10. 2010. С. 208–220.

⁵См.: Feldman S, Conover P.J. Candidates, Issues and Voters. The Role of Inference in Political Perception // Journal of Politics. 1983. P. 810–839; Rahn W.M., Aldrich J. H., Borgida E. Individual and Contextual Variations in Political Candidates Appraisals // The American Political Science Review. March 1994. Vol. 88, No. 1. P. 193–199; Burbank M. J. How do contextual effects work? Developing a theoretical model // Spatial and contextual models in political research. 1995. P. 165–178 ; Greenstein F.J. Can Personality and Politics Be Studied Systematically // Political Psychology: Key Readings/ ed. by John T. Jost and J. Sidanius. New York, 2004. P. 115; Huckfeldt R., Mendez J.M., Osborn T. Disagreement, Ambivalence, and Engagement: The Political Consequences of Heterogeneous Networks // Political Psychology. 2004. Vol. 25, Issue 1. P. 65–95; Sullivan J. L., Oxendine A., Borgida E., Riedel E., Jackson M., Dial J. The Importance of Political Context for Understanding Civic Engagement: A Longitudinal Analysis // Political Behavior. March 2007. Vol. 29. Issue 1. P. 31–67; Преснякова Л.А. Структура личностного восприятия политической

недостаточной разработанности системной модели политического восприятия, с учетом влияния на него комплекса факторов. Внимание исследователей чаще всего сосредоточено на рассмотрении отдельных аспектов формирования политического образа.

Во-первых, наиболее разработанным концептом в процессе формирования образа политического лидера является категория лидерства как объекта восприятия. Феномен лидерства изучается разных сторон. Выделим часть работ политологической направленности, фокусирующих внимание на личностных качествах, которыми должен обладать политик, ним можно отнести труды Ф. Гринстайна, М. Херман, Дж.М.Бернса, Б.Глэд, К.де Ландшир, Д.Уинтера и др. К отечественным исследователям лидерства с полным правом можно отнести Е.Б. Абашкину, Е.В. Егорову-Гантман, В.А. Зорина, Ю.В. Ирхина, Н.М. Ракитянского, А. И. Соловьева, Е.Б. Шестопап, Т.А. Штукину и др.

В меньшей степени в политико-психологической литературе рассматривается вопрос взаимосвязи особенностей восприятия политика и роли, которую он осуществляет. Как правило, исследователи оперируют понятием роли политика, в меньшей степени уделяя внимание более частным случаям, таким как роль президента, парламентария, депутата, губернатора, министра (Е.П. Добрынина, И.И. Рогозарь-Колпакова), и, что важно в рамках данного исследования, роль кандидата. Исследования контекста восприятия проводятся преимущественно в сфере личностной и социальной психологии⁶. Авторы обычно ограничиваются описанием статусных обязанностей и ролевых

власти // Политические исследования. 2000. №4. С. 135–139; Егорова-Гантман Е.В., Плешаков К.В. Политическая реклама. М., 2002. 240 с.; Ефимова Л.А. Вопрос о бессознательном как иррациональной основе политического поведения // Актуальные вопросы современной педагогики. М., 2002. С. 41–47; Задорин И.В. Качество и качества власти: восприятие населения// Полития. 2005. №2. С. 96–115; Попов В.Д. Парадоксы в судьбе России (коммуникативный психоанализ власти и общества). М., 2005. 152 с.; Белановский С., Дмитриев М. Политический кризис в России и возможные механизмы его развития. М., 2011. 33с.; Зверев А.Л. Психологический контекст восприятия современной российской власти // Российская политика в условиях избирательного цикла 2011-2012 гг. Сборник докладов. 2011. С. 91–92.

⁶См. например, Олпорт Г. Становление личности: Избранные труды. М., 2002. 462с.

ожиданий, предъявляемых к политическому лидеру со стороны общества⁷, характеру исполнения политиками разных ролей⁸. Следует особо отметить работы посвященные рассмотрению вопроса президентства⁹.

Во-вторых, отметим ряд исследований, посвященных изучению субъектных факторов восприятия политических лидеров, в частности социально-демографических особенностей¹⁰ и особенностей состояния массового российского сознания¹¹. Следует заметить, что целостных концепций восприятия лидеров и власти на сегодняшний момент не существует ни в зарубежной, ни в отечественной политической психологии.

Проблема влияния состояний массового сознания на процесс восприятия, и соотношений «идеальных моделей» с образами реальных политических

⁷См. например, Нестерова С.В. Некоторые особенности политической культуры в Современной России (психологический аспект) // Гражданская культура в современной России. 1999. С. 78–100; Политическая психология, культура и коммуникация / Е.Б. Шестопап. 2008. 320с.; Касамара В.А., Сорокина А.А. «Идеальный» президент глазами российских и французских студентов // Общественные науки и современность. 2012. №1. С. 5–15 и др.

⁸См.: Человеческий капитал российских политических элит. Политико-психологический анализ / Е.Б. Шестопап, А.В.Селезнева. М., 2012. 342с.

⁹Например, Barber J.D. Presidential character: Predicting performance in the White House. N.Y., 1972. 479 pp.; Hargrove E.C. President as leader: Appealing to the better angels of our nature. Lawrence, 1998. 240 pp.; George A.L., George J.L. Presidential personality and performance. 1998. 287 pp.; Митрохин В.И. Россия: власть, президент, выборы. М., 1996. 158с.; Салмин А.М. Легальность, легитимность и правопреемство как проблемы сегодняшней российской государственности // Полития. 1998. №1; Восприятие образа президента в контексте демократической трансформации политической культуры // Новая Россия: политика и культура в современном измерении. 2003. С. 129–139; Олейник А.Н. Преемственность и изменчивость преобладающей модели власти: «эффект колеи» в российской истории // Полития. 2011. №1. С. 56.

¹⁰См. например, Williams J. E., Best D. L. Sex stereotypes and intergroup relations // S. Worshel, W.G. Austin (eds.) Psychology of intergroup relations. Chicago. 1986. P. 244–259; Варданян Р.А. Демография, общественное мнение и различия в электоральном поведении женщин и мужчин // Гендерная реконструкция политических систем. СПб., 2003. 991 с.; Попова О. В. Политические поколения: различия и устойчивость политических взглядов // Политанализ / Под ред. Г. П. Артемова. Вып. 8. СПб., 2007. С. 92–100; Суслина М.В. Гендерные аспекты восприятия России // Тезисы международной научной конференции «Актуальные проблемы политического восприятия России. 2009. М., С. 117; Шехтер М.М. Цели и задачи высшего образования в современных условиях // Материалы Сибирского психологического форума. 2004. С. 856.; Селезнева А.В. Поколения в российской политике: политические представления и ценности. 23с.;

¹¹См. работы Н.Н. Богомолова, Г.Г. Дилигенского, А.И. Донцова, С.В. Нестеровой, Д.В. Ольшанского, О.В. Поповой, Т.В.Фоломеевой;

лидеров рассматривается с разных позиций¹². Одни авторы сосредоточены на поиске идеальных конструкторов, как подвижных категорий массового политического сознания, подверженных заметной динамике и тесно связанных с категорией ролевых ожиданий. Другие исследователи рассматривают образ идеального лидера с позиций архетипичных установок российской политической культуры.

В-третьих, для исследования зависимости политического восприятия от контекстных факторов, значимыми оказались работы, посвященные изучению политической культуры России¹³, работы, посвященные социально-политическому контексту восприятия¹⁴ и работы, рассматривающие зависимость политического восприятия от электоральной специфики¹⁵.

В-четвертых, в работе было уделено внимание изучению коммуникативного фактора формирования образа политического лидера. До сих пор остаются малоизученным вопрос отдельных сторон политических коммуникаций¹⁶, способов и возможностей воздействия на процесс восприятия с целью повышения эффективности взаимодействия политика и граждан¹⁷.

Наиболее значимыми для диссертационного исследования являются исследования коллектива кафедры социологии и психологии политики факультета политологии МГУ им. М.В. Ломоносова под руководством Е.

¹²См. например, Дубов И.Г., Панталева С.Р. Восприятие личности политического лидера // Психологический журнал. Том 13. № 6. 1992. С. 25–34; Макаренко Б.И. Феномен политического лидерства в восприятии общественного мнения // Вестник РОПЦБ. 1996. № 26. С. 20.; Образы власти в постсоветской России. Под ред. Е.Б. Шестопаля. М., 2004. 534 с.;

¹³См. работы О.В. Букреевой, О.В. Гаман-Голутвиной, А.А. Захарова, Ю.В. Ирхина, Н.И. Лапина, В.И. Пантина, В.О. Рукавишниковой, А.И. Соловьева, А.И. Щербинина и Н.Г. Щербининой и др.;

¹⁴См. труды Б.Г. Грушина, Л. Гудкова, И.Г. Дубова, И.М. Клямкина, Ю.А. Левады, Н.И. Лапина, Ю.А. Левады Б.И. Макаренко, М.М. Назарова, Д.В. Ольшанского, В. И. Пантина, В.Б. Пастухова, В.Ф. Петренко, О.В. Поповой, В.О. Рукавишниковой, Т. Н. Самсоновой, Г.А. Сатарова, Л.А. Седова, М.Ю. Урнова;

¹⁵См. работы Д. Бьюкенена, В.Я. Гельмана, Г.В. Голосова, Э. Даунса, А. Кэмпбелла, Е.Б. Мелешкиной, Г. Таллока, М. Фиорины.

¹⁶См. работы Ш. Айенгара, Т.Н. Дорожкиной, Д. Келлнера, А. М. Кокшаровой, Л. Кэйда, Б.И. Макаренко, М. Маккини, М.В. Новиковой-Грунд, В.Ф. Петренко, С.В. Разворотнева, Дж. Тедеско, В.В. Федорова и др.

¹⁷См. работы П. Абрамсона, Е.И. Башкировой, Э. Денниса и Д. Мерила, И.Г. Дубова, Е.В. Егоровой-Гантман, Ю. Косолапова, Дж. Олдрича, Г.Г. Почепцова, Д. Роуда, А.П. Ситникова, А.М. Цуладзе и др.

Шестопал. Н.В. Бокова, Н.С. Виноградова, Т.В. Евгеньева, В.А. Зорин, С.В. Нестерова, Т.Н. Пищева, А.В. Селезнева, Н.П. Шелекасова, Е.Б. Шестопал и др. рассматривают широкий спектр вопросов, связанных с процессом политического восприятия объектов различного рода, систематизируя структурные психологические измерения политических образов относительно рациональных и бессознательных аспектов восприятия¹⁸.

В качестве основного **объекта исследования** данной диссертационной работы был избран процесс восприятия политических лидеров-кандидатов в президенты гражданами России.

Предметом исследования стало рассмотрение особенностей восприятия политических лидеров-кандидатов в президенты, обусловленных влиянием объектного, субъектного коммуникативного и темпорального факторов в период избирательной кампании 2012 года.

Целью диссертационного исследования является анализ специфики формирования образов политических лидеров-кандидатов в сознании электората в условиях президентской избирательной кампании.

Данная цель обусловила постановку и решение следующих **задач**:

1. В теоретической части исследования:

-анализ теоретических подходов к изучению процесса политического восприятия в целом и специфики формирования образов политических лидеров в частности;

-выявление факторов влияния на формирование образов политических лидеров в президентской избирательной кампании, а также форм и степени их влияния на процесс восприятия;

-построение концептуальной модели исследования восприятия политических лидеров-кандидатов в президентской избирательной кампании;

2. В эмпирической части исследования:

-выявление и анализ прототипов политического лидера как политико-

¹⁸Психология политического восприятия в современной России / Е.Б. Шестопал. М., 2012. 432с. и др.

культурных компонентов российского массового сознания;

-анализ характеристик образов кандидатов президентской избирательной кампании 2012 г. на рациональном и бессознательном уровне и их сопоставление;

-оценка характера согласованности прототипов политического лидера и образов кандидатов президентской избирательной кампании 2012 г.;

-рассмотрение трансформаций образов кандидатов до, в ходе и после президентской избирательной кампании в 2012г.;

- рассмотрение характера влияния основных факторов на формирование образов кандидатов президентской избирательной кампании 2012 г.;

Основной гипотезой настоящего исследования является предположение об отчетливой зависимости образа политического лидера-кандидата президентской избирательной кампании от объектного, субъектного, коммуникативного и темпорального факторов.

В диссертации сформулированы следующие **дополнительные гипотезы**:

1.Особенность процесса восприятия политических лидеров в период избирательной кампании заключается в повышении значимости активности, конкурентоспособности, независимости лидера-кандидата.

2.В период избирательной кампании значение роли, которую ранее играл политик, снижается и приобретает латентный характер, тогда как роль, на которую он претендует как кандидат, актуализируется.

3.Характер восприятия кандидата в президенты зависим от прототипов, содержащихся в массовом политическом сознании (образа идеального президента/правителя и образа победителя избирательной кампании).

4.Политическая ситуация конца 2011-начала 2012 года, сопровождавшаяся повышением политической активности масс, и вызванная трансформацией состояния массового сознания, оказала заметное влияние на процесс восприятия выборов и кандидатов.

Теоретико-методологическую основу исследования составил политико-психологический подход, являющийся наиболее релевантным для решения

задач диссертационного исследования и разрабатываемый на кафедре социологии и психологии политики МГУ им. М.В. Ломоносова под руководством Е. Шестопал. Этот подход предполагает учет специфики восприятия российских политических лидеров на рациональной и бессознательном уровнях¹⁹. Основные методологические принципы политико-психологического анализа, разработанные в трудах зарубежных и отечественных ученых, предполагают акцент на рассмотрении субъективного измерения политики²⁰.

Значимыми в исследовании факторной специфики политического восприятия были работы Ф. Гринстайна, Дж. К. МакГроу, Дж. Мендеса, Б. Ньюмана, Т.Осборна, Р. Хакфельда, О.В. Букреевой, А.Л., М.И. Жесткова, А.Л. Зверева, С.В. Нестеровой, Т.Н. Пищевой, Л.А. Пресняковой, Е.Б. Шестопал и др.²¹

Исследование специфики политического контекста, и характера его влияния на процесс формирования образов политических лидеров осуществлялось в соответствии с концепцией идеального прототипа²², выявленной отечественными исследователями, особенностями российской политической культуры и идеального лидерства²³, и событийного контекста

¹⁹Пищева Т.Н. Восприятие кандидатов в президенты коммуникативные аспекты избирательных кампаний 1996, 2000, 2004 годов: дис. ... канд. полит. наук: 19.00.12 / Пищева Татьяна Николаевна. М., 2006. С.10

²⁰См.: Political psychology: Contemporary problems and issues / Ed. by Hermann M.G. San Francisco. 1986. 255 pp.; Handbook of political psychology / Ed. by Knutson J. San Francisco, 1973. 542 pp.; Political psychology: Cultural and cross-cultural foundations / Ed. by Renshon S., Duckitt J. L. 2000. 374 pp.; Thinking about political psychology / Ed. by Kuklinski J.H. Cambridge, 2002. 252 pp.; Майер Г. Власть, безвластие и социальные изменения – психологические аспекты микрополитики // Психология восприятия власти. М. 2002.; Шестопал Е.Б. Политическая психология. М., 2012. 427с.

²¹Newman B.I., Sheth J.N. A Model of Primary Voter Behavior // The Journal Of Consumer Research. 1985. Vol. 12. P. 178–187; Huckfeldt R., Mendez J.M., Osborn T. Disagreement, Ambivalence, and Engagement: The Political Consequences of Heterogeneous Networks // Political Psychology. 2004. Vol. 25. Issue 1. P. 65–95.

²²Kinder D., Fiske S. Presidents in the Public mind. P. 193–218.

²³Медведев Т., Пылаев С.О., Сивкова Н.И. Анализ визуальных образов политической власти // Научный общественно-политический журнал «Проблемные поля политической науки». 2006. №1. С. 30–35; Бондар А.В., Динес В.А. Российские политические традиции и российская государственность // Власть. 2008. №4. С. 3–8; Политическая психология, культура и коммуникация / Е.Б.Шестопал. М., 2008. 320с.; Романович Н.А. К вопросу о персонификации

президентской избирательной кампании²⁴.

Изучение проблемы политического лидерства и президентства в рамках исследования опиралось на работы исследователей, рассматривающих лидерство как некий политический институт, не существующий без своих последователей²⁵. Такой подход в диссертационном исследовании позволил перенести акцент с личности политика на характер его взаимоотношений с потенциальными избирателями и специфику восприятия ими личностных характеристик политического лидера. Таким образом, был избран теоретический подход с использованием системного метода, который позволил учесть основные факторы влияния на восприятие политических лидеров (объектные, субъектные, контекстуальные, темпоральные, пространственные, коммуникативные)²⁶.

Методология диссертационного исследования, опирающегося на эмпирические данные, носила преимущественно качественный характер и не может претендовать на репрезентативность в масштабе страны, однако использование качественных методов предоставляет нам возможность рассмотреть особенности политического восприятия и выявить некие прототипы, универсальные для всей России. Применение методов глубинных интервью и конструирования сказочных сюжетов позволило диссертанту рассмотреть не только рациональный, но и неосознаваемый уровень восприятия политических объектов. Исследование образов политических лидеров кандидатов осуществлялось с помощью глубинных интервью с использованием

власти в России // Власть. 2009. №9. С. 13–16.

²⁴См. труды Е.И.Башкировой, Б.Г. Грушина, Л.Гудкова, И.Г. Дубова, И.М. Клямкина, Н.И. Лапина, Ю.А.Левады Б.И.Макаренко, М.М. Назарова, Д.В. Ольшанского, В. И. Пантина, В.Б. Пастухова, В.Ф. Петренко, В.О. Рукавишникова, А.П. Ситникова, Т. Н. Самсоновой, Г.А. Сатарова, Л.А. Седова, М.Ю. Урнова др.

²⁵Psychological examination of political leaders / Ed. by Hermann M. New York, 1977. 345 pp.; Burns J.M. Leadership. N.Y., 1978. 400 pp.; Ашин Г.К. Политическое лидерство: оптимальный стиль // Общественные науки и современность.1993. № 2. С.115–127; Егорова-Гантман Е.В. и др. Политиками не рождаются: Как стать и остаться эффективным политическим лидером. М., 1993. ; Зорин В.А. Роль личностного фактора в становлении президентства в России, Украине и Белоруссии: политико–психологический анализ личностей В.В. Путина, Л.Д. Кучмы, А.Г. Лукашенко: автореф. дис. ... канд. полит. наук: 19.00.12 / Зорин В.А. М., 2003. 25с.

²⁶Использовалась факторная модель политического восприятия, разработанная на кафедре социологии и психологии политики Е.Б. Шестопаля.

черно-белых фотографий политиков в качестве стимульного материала и ассоциативных тестов. Данная методика была разработана на кафедре социологии и психологии политики факультета политологии МГУ им. М.В.Ломоносова под руководством Е.Б. Шестопа²⁷.

Эмпирическая база исследования

Основными источниками диссертационного исследования были материалы, полученные с применением различных качественных методов исследования массового сознания: данные, полученные в результате глубинных интервью, собранные на кафедре социологии и психологии политики факультета политологии МГУ имени М.В. Ломоносова (с 1996 по 2012 г.); данные, полученные в результате исследования, проведенного автором методом конструирования сказочных сюжетов (2012 г.).

Для изучения факторов политического восприятия дополнительно в качестве источников привлекались: вторичные свидетельства (публикации в СМИ, аналитические статьи и историко-политологические обзоры), содержащие данные, отражающие наиболее важные этапы в избирательных кампаниях 1996-2012 гг.; материалы социологических опросов Фонда «Общественное мнение», Всероссийского центра изучения общественного мнения, «Левада-Центра» и др. с 1996 по 2012 гг. При анализе данных материалов использовался метод вторичной обработки информации.

Научная новизна данного диссертационного исследования и полученных выводов заключается в следующем:

-Автором выявлена специфика восприятия политических лидеров в условиях конкретной избирательной кампании 2012 г. с учетом трансформации образов до, в ходе, и после избирательной кампании;

-В диссертации впервые показано значение образа идеального президента как компонента политико-культурного контекста, выявлено его соотношение с образами реальных кандидатов президентской избирательной кампании 2012 г.;

-В диссертационном исследовании применен авторский метод

²⁷Психология политического восприятия в современной России. С. 54–68.

конструирования сказочных сюжетов для рассмотрения образа реального кандидата в условиях избирательной ситуации и его идеального прототипа. Использован принцип категоризации персонажей сказочных сюжетов на основе их ролевых позиций. Диссертантом предложена модель анализа избирательной ситуации, с использованием сказочных сюжетов, выявленных в тестах, предложенных респондентам;

-Диссертант вводит в научный оборот большой объем новых эмпирических данных относительно особенностей восприятия образа идеального президента и российских политических лидеров.

Положения, выносимые на защиту:

1. Формирование образа политического лидера-кандидата в период президентской избирательной кампании, в отличие от межвыборного периода, имеет ряд особенностей, связанных с повышенной значимостью характеристик электоральной привлекательности и спецификой восприятия гражданами политического лидера, действующего в условиях избирательной ситуации.

2. Восприятие кандидата в президенты подвержено влиянию в первую очередь факторов объектного, субъектного и коммуникативного характера. Степень и специфика воздействия данных факторов на процесс формирования образа детерминированы уникальностью их сочетаний и взаимовлияний.

3. На восприятие кандидата в президенты оказывают влияние несколько ролевых позиций. Исследование показало, что значимыми являются: роль кандидата; роль президента; роль, присущая политику и в межвыборный период. При этом особенности российского электорального процесса способствуют восприятию политических лидеров не столько в качестве кандидатов и потенциальных победителей, сколько носителей определенных уже устоявшихся ролей.

4. Важной особенностью восприятия кандидатов в Президенты РФ в 2012г. стало изменившееся состояние массового сознания, рост протестных настроений, неудовлетворенность граждан властью, возросший запрос моральные характеристики лидеров.

5. Исследование показало, что соответствие реального кандидата в президенты идеальному прототипу не является гарантией его победы, однако содержащиеся в ядре этого образа параметры привлекательности, силы и активности способствуют его позитивному восприятию.

6. Образ победителя избирательной кампании В.В. Путина отличался наиболее высокими показателями политической поддержки, рациональных и бессознательных параметров силы, активности, психологической, политической и профессиональной привлекательности, конкурентоспособности и независимости, респонденты чаще приписывали ему мотивы дела и власти.

Теоретическая и практическая значимость исследования:

Во-первых, теоретическая значимость настоящего диссертационного исследования состоит, прежде всего, в том, что высказанные в нем положения, идеи и выводы могут использоваться как при дальнейшей разработке теории политического восприятия, так и при расширении теоретического и эмпирического фундамента смежных областей: социологических и политических исследований политико-культурных конструктов, исследований массового сознания в условиях российских политических трансформаций.

Во-вторых, результаты исследования могут быть использованы в качестве материалов для дальнейшего анализа и разработки концепции восприятия политиков-кандидатов, при исследовании динамики образов политических лидеров и более детальном определении основных факторов, влияющих на политическое восприятие в электоральный период.

В-третьих, наряду с теоретической важностью проблемы восприятия политических лидеров-кандидатов, значимость данного исследования заключается в разработке и реализации комплекса политико-психологических методик, позволяющих исследовать восприятие политического лидера не оторвано от политической реальности, а в контексте взаимосвязанности с избирательной ситуацией.

В-четвертых, результаты исследования, отображающие специфику формирования образа кандидата, могут быть использованы в практической

политике, при анализе и прогнозировании результатов избирательных кампаний, при конструировании политических имиджей и выстраивания предвыборных стратегий.

В-пятых, данное диссертационное исследование способно выступать методологической базой для разработки специальных курсов в рамках учебных профилей: «политическая психология», «политический менеджмент», «имиджеология», «социология» и «политология».

Апробация работы:

Диссертационное исследование обсуждено на заседании кафедры социологии и психологии политики факультета политологии МГУ имени М.В. Ломоносова. Основные идеи и выводы работы были отражены в публикациях автора и представлены в докладах на трех российских и семи международных научных конференциях.

Структура работы: данное диссертационное исследование состоит из введения, двух глав, заключения, библиографии и приложения.

II. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **введении** обосновывается актуальность выбранной темы, формулируется содержание и степень разработанности исследуемой научной проблемы, определяются предмет, объект, цели и задачи исследования, характеризуются его теоретические и методологические основания, раскрываются научная новизна и практическая значимость работы, приводятся выносимые на защиту положения.

В первой главе «Теоретические подходы к проблеме политического восприятия» осуществляется анализ теоретических подходов к формированию образа политического лидера в сознании граждан, рассматриваются факторы, обуславливающие восприятие кандидата в президентской избирательной кампании, формулируется модель политико-психологического анализа восприятия российских политических лидеров в президентской избирательной кампании.

В первом параграфе «*Структура образов политических лидеров-кандидатов в президенты*» представлен анализ походов к исследованию образа политического лидера. В литературе не существует однозначной позиции относительно понятия и структуры образа политика, так же, как и не существует универсального ответа на вопрос о том, каким должен быть электорально успешный кандидат. Исследователи восприятия политических лидеров выделяют когнитивный, эмоциональный и поведенческий компоненты образа, рассматривают его по критериям привлекательности, силы и активности²⁸, конгруэнтности, функциональности, стержневых характеристик, имиджевых и содержательных аспектов²⁹, поверхностного и глубинного уровней. Уделяется внимание и особенностям идеальной и реальной формы образа политика, рассмотрению его как элемента перцептивных матриц присутствующих в пространстве политических коммуникаций³⁰. Наиболее значимым, по нашему мнению, является определение структуры и содержательной стороны политического образа с учетом как рациональных, так и неосознаваемых особенностей восприятия.

В результате концептуального анализа и систематизации существующих в научной литературе подходов к изучению образа политического лидера, наиболее системной и последовательной мы сочли модель политического восприятия, разработанную на кафедре социологии и психологии политики МГУ имени М.В.Ломоносова под руководством профессора Е.Б. Шестопаля. Образ кандидата в данном случае рассматривается на рациональном и бессознательном уровне восприятия, с использованием шкал аттрактивности, силы и активности. Целесообразным, с нашей точки зрения, является также его рассмотрение по критериям конгруэнтности, стержневых характеристик, соответствия идеальным прототипам. Определение структурных элементов образа политика

²⁸ Психология политического восприятия в современной России. С 54–68.

²⁹ Замская М.Д., Матвеева Л.В. Образ политического лидера как элемент самосознания субъектов политической коммуникации // Вестник МГУ. Сер.14: Психология. 2006. №1. С.19–29.

³⁰ Шелекасова Н.П. Неосознаваемые аспекты образа политика в массовом сознании (на материалах исследований региональных избирательных кампаний 2001 и 2003 гг.): автореф. дис. ... канд. полит. наук: 19.00.12 / Шелекасова Наталья Петровна. М., 2006. 24с.

диссертантом, дал возможность обосновать выбор методологии исследования данного политического объекта с помощью психологического инструментария. Отдельным важным моментом построения исследовательской модели было определение образа кандидата как конструкта, формируемого в массовом сознании под воздействием целого ряда факторов.

В рамках **второго параграфа «Факторы влияния на восприятие кандидатов в президенты»** автор рассматривает основные факторы, влияющие на оценку гражданами политических лидеров-кандидатов в президенты.

В качестве концептуальной модели анализа факторов влияющих на формирование образа кандидата, была взята схема процесса политического восприятия, предложенная Е.Б. Шестопап. Согласно ей, формирование политического образа происходит под воздействием факторов связанных с объективными, субъективными, коммуникативными, темпоральными и пространственными факторами. Для целей нашего исследования мы ограничились более узким набором факторов, сфокусировав внимание на первых трех из них.

Первый подпараграф «Объектные факторы восприятия» посвящен рассмотрению позиций разных авторов относительно значимости *личностных характеристик* кандидатов в процессе их восприятия гражданами и определения их электоральной успешности.

В образе каждого политического лидера присутствуют собственные стержневые характеристики, вокруг которых он и конструируется. В научной литературе отсутствует единая позиция относительно приоритета тех или иных качеств в образе политика вообще и кандидата в частности. При определении теоретической модели диссертационного исследования, за основу была взята позиция о связанности данных характеристик с параметрами привлекательности силы, активности, мотивационного портрета политика³¹.

Обобщая исследования разных лет относительно запроса граждан на

³¹согласно модели исследования образа политика, разработанной Е.Б. Шестопап и используемой исследователями кафедры социологии и психологии политики МГУ имени М.В.Ломоносова.

личностные качества политических лидеров, можно сказать, что существует динамика значимости личностных качеств при оценке электоральной успешности кандидата в президенты. Согласно российским политическим исследованиям, в 90-х годах электоральная привлекательность зависела во многом от моральной привлекательности и харизматичности политика, а в 2000-х от профессионально-деловой компетенции. Согласно исследованиям 2011-2012 гг. в обществе вновь растет запрос на морально-привлекательного политика с ярко выраженным лидерским потенциалом, отличающегося профессионализмом и политической независимостью.

При рассмотрении теоретических подходов относительно влияния *роли* политического лидера на формирование его образа была определена значимость дробления феномена роли на четыре значения: ролевые ожидания, концепция роли, принятие роли, исполнение роли. В данном диссертационном исследовании значение уделялось преимущественно ролевым ожиданиям. В результате теоретического исследования нами было высказано предположение о зависимости восприятия кандидатов в президенты от трех ролевых позиций: роли президента, роли кандидата, и роли которую политик играет и в межвыборный период.

В рамках рассмотрения объектных факторов восприятия политического лидера был рассмотрен *политический контекст*, содержащий **устойчивые** (политико-культурные) и **изменчивые** аспекты.

Взаимосвязь **политической культуры** и процесса восприятия политических лидеров заключается в сочетании детерминант трех культурных общественных традиций (дореволюционной, советской и постсоветской), провоцирующей конфликтности общественного сознания и мировосприятия. Главным образом, значимым здесь является склонность к критике существующей политической системы, при сохранении патерналистских и этатистских тенденций, дистанцирование от политической сферы, балансирование между политической апатией и бунтарством. В рамках нашей темы, крайне

важным политико-культурным конструктом, влияющим на политическое восприятие, кандидата является российский образ идеального правителя.

К контекстным факторам **изменчивого** характера, можно отнести аспекты, связанные с характеристиками состояния российской политической системы на момент электорального периода и ситуативные особенности. Оценивая контекст избирательной кампании 2012 года, в первую очередь следует отметить: противоречивость властных повесток дня (модернизационной и консервативной)³², архитектуру политической системы («тандемократия»), нестабильность политической структуры (ротация правящей элиты), спорную эффективность политических реформ последних лет, рост политической общественной активности в конце 2011-начале 2012г., общую социально-политическую обстановку, связанную с отдельными политическими событиями (например, «политическая рокировка» конца 2011г.).

Второй подпараграф «Субъектные факторы восприятия» посвящен анализу характеристик воспринимающей стороны. Внимание было сфокусировано на таких субъектных факторах, как: состояние массового сознания и социально-демографические характеристики воспринимающих.

В исследовании была выявлена отчетливая зависимость восприятия политических лидеров от общих особенностей состояния массового сознания в постсоветской России (а именно, от его противоречивости, сегментации, идейно-политической разнородности) и от особенностей трансформации состояния массового сознания, регистрируемой российскими исследователями в 2011-2012 годах. Исследования общественных политических настроений этого периода показывают рост значимости для граждан ценностей активизма, сильного государства, равенства, ответственности. Также в этот период можно говорить: о росте запроса на морально-политические ценности (в частности на справедливость)³³; о тенденции дистанцирования большей части населения от политической сферы по причине их невостребованности со стороны власти, а

³²Психология политического восприятия в современной России. С.30.

³³Психология политического восприятия в современной России. С. 378–379.

также вследствие выраженного недоверия к ней³⁴; о принципиальных содержательных изменениях представлений общества о «стабильности», «компетентности», «патернализма» в массовом политическом сознании³⁵.

Рассмотрение вопроса зависимости образов политиков от социально-демографических особенностей воспринимающих в научной литературе, позволило отнести к наиболее значимым социально-демографическим категориям: гендер, возраст, уровень образования респондентов. Изменение социально-демографической структуры общества в последние годы, накладывает отпечаток на процесс трансформации состояния массового сознания и изменение политического контекста восприятия политических лидеров.

Третий подпараграф «Темпоральные и коммуникативные факторы восприятия» был посвящен рассмотрению зависимости политического восприятия от временных и коммуникативных условий.

Политический лидер как объект отражения в массовом сознании, также не остается неизменным, меняется его внешность, манера публичного поведения, политические взгляды под влиянием стремительно изменяющихся внешних условий или внутриличностных трансформаций. Вполне естественно, что результат политического восприятия – образ политика также подвержен изменениям в течение времени. В ходе рассмотрения влияния темпорального фактора на процесс восприятия кандидатов в президенты в данном подпараграфе было высказано предположение, что результаты, проведенного эмпирического исследования, отразят изменение содержательной составляющей образов одних и тех же политиков-кандидатов, до, во время и после избирательной кампании.

Оценивая воздействие общего российского коммуникативного фона, на формирование образов политиков, следует обратить внимание в первую очередь

³⁴Букреева О.В. Сравнительный анализ рационального и бессознательного компонентов образов власти в современной России: автореф. дис. ... канд. полит. наук: 19.00.12 / Букреева Ольга Владимировна. М., 2013. 22с.

³⁵Качества власти: восприятие и представления населения // Полития. 2011. №4. С.134.

на: специфичный для России характер политической коммуникации власти и общества по принципу «сверху вниз»³⁶; рост общественного раздражения относительно официальной точки зрения СМИ, и снижение доверия таким источникам информации, как государственное телевидение и печатная пресса; активизацию функций сети Интернет, выражающуюся в предоставлении обществу дополнительной площадки для политической дискуссии³⁷.

Вторая глава «Особенности восприятия политических лидеров-кандидатов в президенты в избирательной кампании 2012 года» посвящена анализу полученных автором эмпирических данных.

В первом параграфе «Характеристика эмпирического исследования» содержится формулировка основных процедурных и методологических принципов эмпирического исследования, обоснование выбора методов исследования, описание основных методов и эмпирической базы.

Для исследования рационального и бессознательного уровня восприятия реальных кандидатов в президентской избирательной кампании 2012г. были проведены глубинные интервью с использованием метода фиксированных ассоциаций и предъявлением респонденту стимульного материала в виде черно-белых фотографий политиков. Полученные качественные данные были обработаны согласно методике, предложенной профессором Е.Б. Шестопап.

Образы политических лидеров исследовались специалистами кафедры социологи и психологи политики МГУ имени М.В.Ломоносова и ранее, с использованием аналогичного инструментария. Были учтены результаты серии исследований образов политических лидеров с апреля 1996- по декабрь 2012 г., однако, детальному рассмотрению подверглись результаты трех замеров: апреля 2011г, января 2012г. и декабря 2012г., проведенных и обработанных непосредственно автором, что позволило рассмотреть трансформацию образов

³⁶ См.: Букреева О.В. Сравнительный анализ рационального и бессознательного компонентов образов власти в современной России...С.18.

³⁷ Зверев А.Л. Трансформации современного массового сознания граждан России// Вестник Томского Государственного Университета. Серия : Философия. Социология. Политология. – 2013. – №3. – С.108.

В.В. Путина, Г.А. Зюганова, В.В. Жириновского, С.М. Миронова, М.Д. Прохорова до, во время и после избирательной кампании.

Методология изучения рационального и бессознательного уровня восприятия идеальных прототипов политического лидера включала использование таких методов, как глубинное интервью и метод конструирования сказочного сюжета. Полученные результаты были обработаны как с использованием описанного выше инструментария, так и по предложенной диссертантом авторской модели анализа избирательной ситуации в сказочном сюжете.

Изучение характера влияния факторов на восприятие кандидатов президентской избирательной кампании 2012 года, опиралось на анализ различных вторичных свидетельств (публикации в средствах массовой информации, аналитические материалы, политические портреты, историко-политологические обзоры, материалы социологических опросов).

Во втором параграфе «Прототип идеального политического лидера как элемент политического контекста избирательной кампании 2012г.» результаты исследования прототипов политического лидера показали, что в восприятии россиян образ идеального президента предстает насыщенным сложными и разнообразными деталями. Противоречивость высказываний об идеальном правителе в рамках интервью, характеристик персонажей и парадоксы концовки сказочных сюжетов не позволяют назвать его устойчивым и конгруэнтным. Вероятно, отчасти это объяснимо самой сущностью категории образа, противоречивостью массового сознания, его особенностями и трансформацией во времени, а также влиянием политического контекста. Наблюдается отчетливая дихотомия в представлениях об идеальном президенте на рациональном и бессознательном уровнях восприятия. В отличие от рационального, на бессознательном уровне, образу идеального президента свойственны пренебрежение к профессиональным характеристикам, неспособность к планированию и прогнозу (идеальный политик лишь оперативно реагирует на вызовы извне). Если на рациональном уровне

респонденты наделяют образ высокой активностью, то на бессознательном для него характерна статичность и пассивность. Если на рациональном уровне респонденты открыто выражают свое недовольство оторванностью лидера от народа, то на бессознательном эта позиция не так очевидна. Результаты отразили парадоксальное отношение к происхождению и ролевой позиции идеала, выразившееся в специфичном сочетании двух установок - «он один из нас» и «он не такой как все».

Анализ сконструированных сказочных сюжетов отразил несколько линий несоответствия образов идеального президента (правителя) и кандидата-победителя в сказочном сюжете: кандидат-победитель не всегда отличается высокими показателями силы, но он, как правило, очень активен и инициативен, что не свойственно идеальному правителю. Идеальный правитель всегда следует единому моральному закону, а кандидат-победитель никаким законам может и не подчиняться вовсе, или он может нести собственную систему ценностей, действовать в обход принятым правилам игры. Если идеальный правитель является выразителем всеобщих интересов, то кандидат-победитель изначально представляет групповые интересы. Способность кандидата агрегировать, выполнять и другие общественные запросы, лишь впоследствии повышает его электоральную привлекательность. Идеальному правителю не характерна адаптивность, что отличает его от образа кандидата, для которого способность ориентироваться в обстановке, приспособливаться и активно реагировать на внешние и внутренние вызовы, является необходимостью.

В третьем параграфе «Образы кандидатов в президентской избирательной кампании 2012г.» проведен анализ кейсов образов кандидатов президентской избирательной кампании 2012г. Было выявлено что:

- Образ победителя избирательной гонки 2012г. **В.В.Путина** отличался наиболее высокими показателями политической поддержки, рациональных и бессознательных параметров силы, активности, психологической, политической и профессиональной привлекательности, конкурентоспособности и независимости, респонденты чаще приписывали ему

мотивы дела и власти.

- На бессознательном уровне **Г.А.Зюганов** воспринимался более сильным и активным, чем на рациональном. К неоднозначно трактуемым характеристикам его образа относятся стержневые политические и профессионально-деловые качества. Подвижностью эмоционального фона отличаются воспринимаемые интеллектуальные способности политика, его волевые черты. Несмотря на неоднозначность трактовки аттрактивности на обоих уровнях восприятия, многие признают Г.А. Зюганова в качестве весомой фигуры в российской политической действительности.

- Ведущей тенденцией политического сознания российских граждан в отношении **В.В.Жириновского** является неприятие, отраженное и на рациональном уровне (в большей степени неприятие поведенческого стиля), и на неосознаваемом уровне (недоверие достаточно сильному политику с неясной мотивацией). Наиболее отчетливо в образе были выражены психологические и профессионально-деловые характеристики, при этом, если к однозначно трактуемым чертам можно отнести внешние и психологические качества кандидата, то профессиональные особенности отличаются скорее вариативным характером. Образ Жириновского подвержен общим тенденциям восприятия кандидата в период избирательной кампании, а именно повышению интенсивности оценки с позиций профессиональных навыков, политических взглядов, моральных качеств (по критерию политик – общество), росту значимости конкурентоспособности, мотивов власти и дела при оценке кандидата.

- Образ **С.М. Миронова** на момент исследования был достаточно неоднозначен и некогруэнтен. Наблюдалось существенное рассогласование взглядов по поводу привлекательных и непривлекательных черт, что усугублялось отсутствием ярко выраженных моральных, психологических (лидерских) качеств и стержневых характеристик образа. В силу размытости и стереотипности образа Миронова внешние, неоднозначно трактуемые, характеристики, значимые преимущественно в электоральный период,

выступают нередко маркерами психологических и моральных качеств. На бессознательном уровне восприятия политик выглядел, однако, более привлекательным и активным. Президентская избирательная кампания 2012 г. способствовала повышению значимости Миронова в глазах респондентов, изменениям рациональной силовой составляющей его образа, но главным образом она детерминировала рассогласование оценок кандидата на рациональном и бессознательном уровне по параметру активности.

- Образ **М.Д. Прохорова** не отличался высокой согласованностью. В первую очередь следует отметить разбалансированность параметров силы и активности образа на рациональном и бессознательном уровнях восприятия и негативный мотивационный профиль политика. Бессознательная привлекательность кандидата превышала привлекательность рациональную, при этом отчетливо преобладали негативные оценки политических взглядов и моральных характеристик образа. Отношение к профессионально-деловым и поведенческим характеристикам политика было двойственным, одни и те же качества некоторыми респондентами трактовались как положительные черты, а некоторыми как отрицательные. Ситуацию во многом усугубляло и бессознательное приписывание кандидату установки «он не такой как мы».

В четвертом параграфе «Сравнительный анализ образов кандидатов президентской избирательной кампании 2012 г.» проводилось сопоставление образов кандидатов в Президенты РФ на рациональном и бессознательном уровнях восприятия, были рассмотрены особенности трансформации данных образов до, во время и после избирательной кампании. Исследование показало, что политическое восприятие в условиях избирательной кампании имеет ярко выраженные особенности:

-Несмотря на возрастающую публичность политика в процессе выборов, узнаваемость политика-кандидата в президенты не всегда повышается после избирательной кампании. Нередко наблюдается снижение поддержки политических взглядов кандидатов, проигравших на выборах, после окончания избирательной кампании, особенно интенсивно снижение происходит у

максимально оппозиционно настроенных кандидатов.

-Рассмотрение привлекательности образа на рациональном уровне в большей степени учитывает условия избирательной ситуации (баланс сил, отношений, идеологическое поле, темпоральную компоненту). На бессознательном уровне внимание сосредоточено преимущественно на личностном потенциале кандидата. Внешние качества политического лидера (и в привлекательном и в непривлекательном аспекте) становятся более значимыми лишь в период избирательной кампании. Перед президентскими выборами большее внимание уделяется категориям профессиональной привлекательности и непривлекательности, мотивации политика «власть нужна ради дела». После избирательной кампании при формировании образов обычно возрастает значимость корыстного мотива, чаще лидерам приписывают несамостоятельность, роль политической марионетки.

-Динамика основных параметров образов в период избирательной кампании отличается большей интенсивностью, озвучиваются более категоричные и эмоционально окрашенные оценки. Перед выборами образы всех кандидатов обычно приобретают большую яркость и четкость, снижается число вариативных характеристик, однако происходит снижение естественности политика в электоральный период.

-В период избирательной кампании граждане более тщательно оценивают кандидатов по критериям силы, мотивации и особенно активности. Однако оценки разных политиков по этим критериям неодинаковы. При высоком электоральном потенциале кандидата внимание уделяется и силе и активности лидера, тогда как политик, в меньшей степени подходящий на роль кандидата-победителя, воспринимается преимущественно с акцентом на параметры активности и мотивационного профиля.

-Электорально привлекательный политический лидер-кандидат отличается большей четкостью, конгруэнтностью образа, согласованностью его восприятия на рациональном и бессознательном уровнях. Его личностные качества опираются на непротиворечивые стержневые характеристики, относящиеся к

«ядру» образа идеального правителя. Помимо этого электорально привлекательный политик в большей степени соответствует образу идеального кандидата-победителя, в первую очередь высокими показателями активности даже агрессивности, ярко выраженной мотивационной составляющей «власть нужна ради дела», силы и адаптивности.

В пятом параграфе «Факторы влияния на процесс восприятия политиков в период избирательной кампании» были рассмотрены объектные, субъектные и коммуникативные факторы.

Объектные факторы восприятия политического лидера-кандидата в президентской избирательной кампании, представленные *личностью самого политика и его действиями и ролями*, оказали значительное влияние на процесс восприятия кандидатов в Президенты в 2012 году. Оценивая привлекательность политиков, респонденты руководствуются в первую очередь критериями профессиональных, психологических и морально-нравственных характеристик. Электоральная успешность кандидата предопределена рядом характеристик относящихся к категориям привлекательности, силы и активности. Однако есть все основания предполагать присутствие в образе любого политика *стержневых личностных характеристик*, содержательные особенности и выраженность которых значительно сказывается на его восприятии. Наличие и разнообразие стержневых характеристик в образе политика определяет во многом статичность или динамичность образа, степень влияния на его формирование субъектных и контекстных факторов, легкость корректировки электоральной привлекательности «извне».

В период избирательной кампании значимой в процессе восприятия становится не только роль, на которую политик претендует, но сама роль кандидата, имеющая ряд специфичных качеств. Однако, согласно полученным результатам, современные особенности российского электорального поля способствуют тенденции восприятия политиков не столько в качестве кандидатов и потенциальных победителей, сколько в качестве носителей определенных уже устоявшихся политических ролей.

Влияние объектных факторов связанных с особенностями политического контекста, в котором разворачивается избирательная кампания, связана с устойчивыми (политико-культурными) и изменчивыми (преимущественно ситуативными) его особенностями.

Не существует прямой взаимосвязи между электоральной успешностью кандидата в президенты и его соответствием *образу идеального правителя*. В процессе восприятия сопоставление с идеальным конструктом не происходит у разных политиков в равной степени. Предположительно, более тщательная оценка респондентами кандидата по параметрам идеального президента происходит лишь при высокой согласованности его образа с образом потенциального кандидата-победителя. Характер взаимосвязи образа идеального президента и электоральной привлекательности кандидата предопределен: рассогласованностью образа идеального президента на рациональном и бессознательном уровнях восприятия; содержательным несоответствием образа идеального президента образу кандидата-победителя; характеристиками изменчивого общественно-политического контекста избирательной ситуации, выделенными воспринимаемыми по критериям оценки состояния общества (общественно-политическое устройство, геополитическая составляющая) и оценки конкретной избирательной кампании (её институциональный уровень, баланс сил и отношений, темпоральная составляющая, состояние массового сознания на момент выборов).

При общих тенденциях восприятия кандидатов в президентской избирательной кампании 2012г., образы в значительной мере были зависимы от особенностей *избирательной ситуации 2012 г.* и характера восприятия её респондентами. Здесь можно выделить в первую очередь: приписывание гражданам избирательной кампании 2012 года безальтернативного характера, рассмотрение В.В. Путина как заведомого победителя в предвыборной гонке; восприятие одного из кандидатов, как не просто политического лидера претендующего на пост Президента России, а «возвращающего» себе этот пост; усталость общества от несменяемости политических субъектов в российском

электоральном поле, долгое их присутствие в сфере публичной политики; рост протестной общественной активности конца 2011-нач.2012г., при достаточно спокойном ходе самой избирательной кампании.

Влияние *субъектных факторов* на процесс восприятия кандидатов в последние годы связано с приходом в политику нового поколения – так называемого поколения «нулевых», уже не связанного с советским прошлым, но и недостаточно адаптированное в настоящее. Согласно проведенному исследованию, респонденты возрастной группы 18-30 лет больше внимания уделяют силовой составляющей образа политика. Тот факт, что в силу контекстных особенностей, образы практически всех исследуемых политических лидеров – кандидатов перестали удовлетворять общественные запросы, усугубился особенностью политической ситуации конца 2011-начала 2012 года, вызванной трансформациями массового сознания и спровоцировал динамику образов кандидатов президентской избирательной кампании 2012 года.

К важнейшим *коммуникативным особенностям* образов кандидатов в избирательной кампании 2012 года, следует отнести тенденцию формирования в СМИ образа выборов, как безальтернативных и заведомо нечестных, популяризацию в СМИ точки зрения экспертов, что В.В.Путин одержит победу в предвыборной борьбе в первом туре, подкрепленной данными социологических опросов. В коммуникативном плане избирательная кампания носила агрессивный, но очевидно односторонний характер. В средствах массовой информации был сделан акцент на «затертость» кампании, активно тиражировался образ «думских старцев», что не могло не влиять на специфику восприятия всех основных политических акторов. В имиджевых стратегиях кандидатов и в работе СМИ использовался широкий спектр методов воздействия на целевые группы. Специфичность предвыборных кампаний политических лидеров-кандидатов, так или иначе, способствовала акцентированию внимания избирателей на разных структурных элементах образов.

В **заключении** диссертационного исследования подводятся общие итоги,

формулируются основные выводы работы.

III. СПИСОК ПУБЛИКАЦИЙ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ

Основные положения и выводы диссертации отражены в следующих публикациях автора, опубликованных в рецензируемых журналах, включенных в перечень ВАК:

1. Смулькина Н.В. Представление об идеальном прототипе политика как условие электорального выбора избирателей // Круглый стол журнала «Полис» и кафедры социологии и психологии политики факультета политологии МГУ им. М.В.Ломоносова: «Политическое поведение: бессознательные механизмы и их рационализация» // Полис. Политические исследования. 2013. № 5. С. 51–52. – 0,1 п.л.

2. Смулькина Н.В. Факторы, влияющие на восприятие кандидатов в Президенты в российской избирательной кампании // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. 2013. № 3. С. 30–36. – 0,4 п.л.

3. Смулькина Н.В. Восприятие кандидата в президенты в российском политическом контексте. Граждане и лидеры в сравнительной перспективе (итоги круглого стола «Политическое лидерство») // Власть. 2013. № 1. С.187. – 0,02 п.л.

4. Смулькина Н.В. Круглый стол кафедры социологии и психологии политики факультета политологии МГУ «Образы лидеров в массовом сознании накануне президентских выборов» // Полис. Политические исследования. 2012. №4. С. 163–164. – 0,2 п.л.

5. Смулькина Н.В. Шестопал Е.Б., Нестерова С.В., Букреева О.В., Затонских А.В., Титов В.В. Образ кандидатов в президенты 2012 в массовом сознании // Власть. 2012. №3. С. 186. – 0,04 п.л.

6. Смулькина Н.В. Образ кандидата в президенты – психологические критерии политической поддержки. Психология политического восприятия в современной России: материалы круглого стола // Вестник Московского университета [Сер. 12]. Политические науки. 2013. №5. С. 118-120. – 0,1 п.л.

а также в других изданиях:

7. Смулькина Н.В. Образ электорально привлекательного политика: идеальное в реальном // Власть, бизнес, гражданское общество в условиях модернизации России: институты, стратегии и практики политического сотрудничества. Всероссийская научная конференция (с международным участием): Материалы. Москва 22-23 ноября 2013. – М.: РИЦ МГГУ им. М.А. Шолохова, 2013. С. 226–227. – 0,1 п.л.

8. Смулькина Н.В. Образ идеального политического лидера в российском массовом сознании // Материалы Международного молодежного научного форума «ЛОМОНОСОВ-2013» / отв. ред. А.И. Андреев, А.В. Андриянов, Е.А. Антипов, К.К. Андреев, М.В. Чистякова. [Электронный ресурс]. М.: МАКС Пресс, 2013. DVD-ROM. ISBN ISBN 978-5-317-04429-9. – 0,1 п.л.

9. Смулькина Н.В. Особенности восприятия российских политических лидеров-кандидатов в Президенты в избирательной кампании 2012г. / VI Всероссийский конгресс политологов "Россия в глобальном мире: Институты и стратегии политического взаимодействия". Материалы. Москва, 22-24 ноября 2012г. – М.: Российская ассоциация политической науки, 2012. С. 433–434. – 0,1 п.л.

10. Смулькина Н.В. Образы кандидатов в Президенты избирательной кампании 2012 в сознании российских граждан // Материалы Международного молодежного научного форума «ЛОМОНОСОВ-2012» / отв. ред. А.И. Андреев, А.В. Андриянов, Е.А. Антипов, К.К. Андреев, М.В. Чистякова. [Электронный ресурс]. – М.: МАКС Пресс, 2012. DVD-ROM. ISBN 978-5-317-04041-3. М.: Издательство Московского университета, 2012. – 0,1 п.л.

11. Смулькина Н.В. Образ политического лидера в массовом сознании россиян: анализ на примере Красноярского края // Пятые Байкальские международные социально-гуманитарные чтения В 4 т., Т.4: материалы/ ГБОУ ВПО «ИГУ». – Иркутск: Издательство ИГУ, 2011. С.182–187. – 0,3 п.л.

12. Смулькина Н.В., Лисина Л.Г., Маланчук И.Г. Визуальный образ политического лидерства в массовом сознании россиян (на примере

г.Красноярска, 2010г.): тезисы докл. III Общероссийской электронной научной конференции «III Общероссийская студенческая электронная научная конференция «Студенческий научный форум 2011» 15-20 февраля 2011.- Режим доступа: URL: <http://rae.ru/forum2011/12/2043> – 0,04 п.л.

13. Образ политического лидера в массовом сознании // История образования и науки в Сибири: материалы всероссийских научных конференций с международным участием. Вып.3 Федорова (отв. ред.); ред. кол.; Красноярский государственный педагогический университет им. В.П. Астафьева. – Красноярск, 2009. С. 272–275. – 0,2 п.л.