

Е.Б. Шестопап
ПОЛИТИЧЕСКОЕ ЛИДЕРСТВО В НОВЫХ УСЛОВИЯХ: СМЕНА ПАРАДИГМЫ
ВОСПРИЯТИЯ

ШЕСТОПАЛ Елена Борисовна – заведующая кафедрой социологии и психологии политики факультета политологии МГУ им. М.В.Ломоносова. E-mail: shestop0505@rambler.ru

Аннотация: В статье речь пойдет о возможностях, которые дают для понимания массового политического сознания качественные политико-психологические методы, в частности те, которые использовались для изучения образов лидеров. Традиционно исследования лидерства фокусируются на личности, но представляет интерес и то, каким лидером видят его последователи, граждане, общество.

Ключевые слова: политический лидер, президент, выборы, ассоциации с политиком, бессознательный уровень восприятия.

Наши многолетние исследования образов лидеров выявили их сложную психологическую структуру, в которой выделяется ряд базовых компонентов, прежде всего рациональный и бессознательный. На протяжении всех лет наблюдения (с 1993 г.) у многих политиков эти два уровня демонстрировали расхождения. При этом в ситуациях политической дестабилизации расхождения усиливаются, а в более спокойные периоды снижаются, но практически никогда не исчезают полностью.

Отсюда вытекает необходимость учета тех уровней восприятия политиков, которые ими не осознаются. Для этого обычный опрос не годится, и приходится искать иные инструменты, позволяющие выявить и зафиксировать бессознательные компоненты образа. Для анализа персонифицированных образов мы используем качественный метод фиксированных ассоциаций с предъявлением черно-белых фотографий в качестве стимульного материала.

Остановимся на тех новых тенденциях в восприятии российских лидеров, которые появились уже в пост-выборный период. Предыдущее исследование образов 6 ведущих политических деятелей накануне президентских выборов¹ было проведено нами в начале февраля 2012 г.

© Шестопап Е.Б., 2013

¹Исследование образов политиков проведено кафедрой социологии и психологии политики факультета политологии МГУ. Оно было качественным и не претендовало на репрезентативность для страны в целом. Выборка была сбалансирована по полу, возрасту и образованию. Всего опрошено около 200 человек в Москве, Саратове, Дагестане, Ставропольском и Красноярском краях и Орловской области. Наша задача состояла в выявлении особенностей восприятия кандидатов в президенты накануне выборов. Поскольку большую часть образов мы исследовали ранее, у нас была возможность проследить динамику их восприятия и сравнить образы 2012 г. с более ранними данными в отношении всех кандидатов, кроме Прохорова. Инструментарий исследования представлял топик-гайд для глубинного интервью, часть вопросов которого относилась к узнаваемости, фактам голосования за данного политика и других вопросов рационального характера. Другая часть вопросов была нацелена на установление ассоциаций у респондентов с политиком. Опробовав разные типы ассоциаций, мы остановились на фиксированных ассоциациях с животным, цветом и запахом. В качестве стимульного материала использовались черно-белые фотографии политика, выбранные с учетом времени исследования (те, на которых представлен его актуальный образ). Выборка декабрьского 2012 г. исследования составляла 70 человек и была сбалансирована по полу, возрасту и образованию. Исследование проводилось в Москве и Подмоскowie.

Можно предположить, что за прошедший после выборов год могли произойти определенные изменения в восприятии власти и политиков. Нас интересовало, какие сдвиги произошли в образе победившего В. Путина в сравнении с проигравшими ему Г. Зюгановым, В. Жириновским, С. Мироновым, М. Прохоровым, Г. Явлинским. В **ноябре-декабре 2012 г.** был проведен новый замер по той же методике. Кроме описания изменений в образах тех лидеров, которые изучались в канун выборов, мы хотели проверить фигурирующее в ряде публикаций последнего времени мнение о том, что трансформация политических настроений граждан в целом ведет к дальнейшему падению доверия населения к институтам власти и к президенту В. Путину и что скорость снижения рейтингов доверия и роста рейтингов недоверия беспрецедентна с начала 2000-х гг.².

Итак, через несколько месяцев после выборов трансформировались образы 6 ведущих политических деятелей России, которые принимали участие в президентской гонке 2012 г. Сравним образ победителя с образами его соперников. В соответствии с методологией и гипотезами нашего исследования сделаем акцент на сопоставлении рациональных и бессознательных пластов образов.

Образ В. Путина

После своего избрания В. Путин не мог увеличить уже имевшуюся у него 100-процентную *узнаваемость*. Но на открытый вопрос «Знаком ли Вам этот человек?» респонденты давали не просто утвердительный ответ, но и эмоционально подтверждали узнавание: «*Само собой, Путин*», «*Еще бы, это же Путин!*», «*Да, это наш президент В.В. Путин!*» В высказываниях всех респондентов, кроме одного, был зафиксирован позитивный эмоциональный отклик на узнаваемый образ, отражающий определенный бессознательный слой восприятия. Это тем более примечательно, что на прямой вопрос об *одобрении политических взглядов В. Путина* лишь **37,7% респондентов дали положительный ответ**.

При общем позитивном настрое образ В. Путина в его когнитивной составляющей пока далек от полной ясности и читается с прямо противоположных позиций сторонниками и противниками. Следует также отметить, что после победы на выборах пропорции сторонников и противников его политических взглядов изменились в худшую для него сторону: доля сторонников в сравнении с предвыборной ситуацией уменьшилась с 44,8 до 37,7%, а противников соответственно увеличилась с 31,4 до 39,1% (рис. 1).

² См. опубликованный в октябре 2012 г. доклад ЦСР «Изменение политических настроений россиян после президентских выборов» <http://www.csr.ru/2009-04-23-10-40-41/378-2012-10-23-14-37-20>.

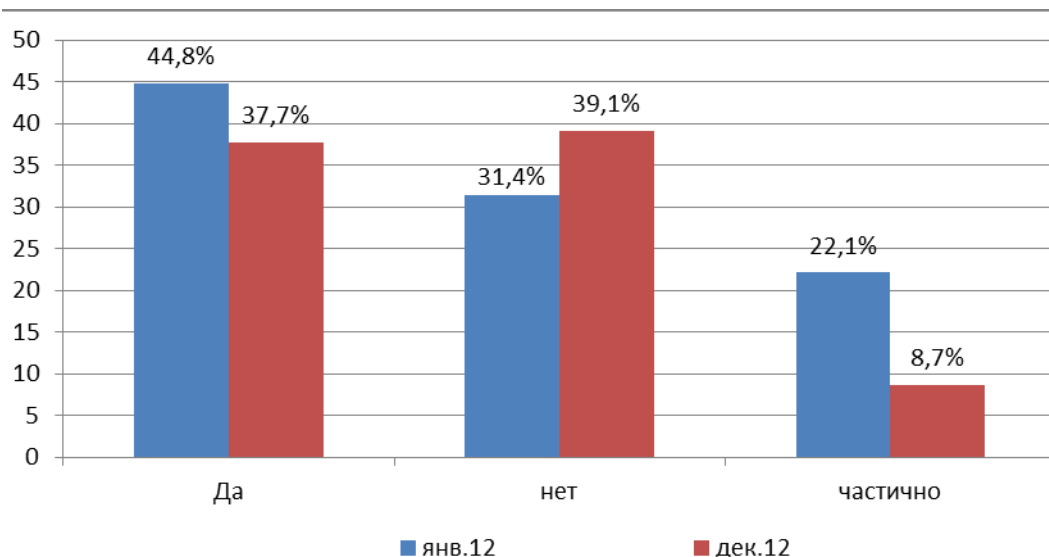


Рисунок 1 – Одобряете ли Вы политические взгляды В.В. Путина?, %

По-прежнему, среди противников В.Путина отнюдь не только либералы, но и те, кто упрекает его в излишней мягкости и неспособности жестко контролировать свое окружение.

Довольно противоречивые тренды наблюдаются в отношении attractiveness образа В. Путина. Победа на выборах однозначно прибавила ему противников. Число тех, кому в нем не нравится все (заведомые противники), увеличилось до 20,3% (рис. 2). Однозначно приемлющих его образ (заведомых сторонников) практически не осталось, так как те, кто готов его поддерживать, тоже ставят определенные условия своей поддержки.

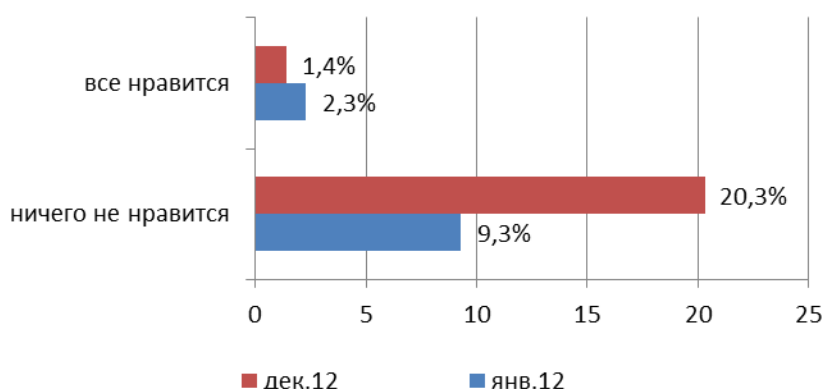


Рисунок 2 – Атриктивность образа В.В. Путина. Ответы на вопрос: «Что Вам нравится/не нравится в этом политике?», %

Граждане всегда приписывают политикам те или иные мотивы власти. Этот показатель играет определенную роль в рациональном восприятии образов лидеров. В образе В. Путина начиная с 2000 г. мотив власти для дела, который стабильно занимал первые ранги, переместился на третье место, уступив мотивам денег и самоутверждения (рис. 3). Меркантильный мотив более выражен только у М. Прохорова. Это довольно странная ситуация, которую можно объяснить воздействием негативных публикаций о корыстных преступлениях в России за последние месяцы. Негативный информационный фон затрагивает образ власти в целом и первое лицо в особенности.

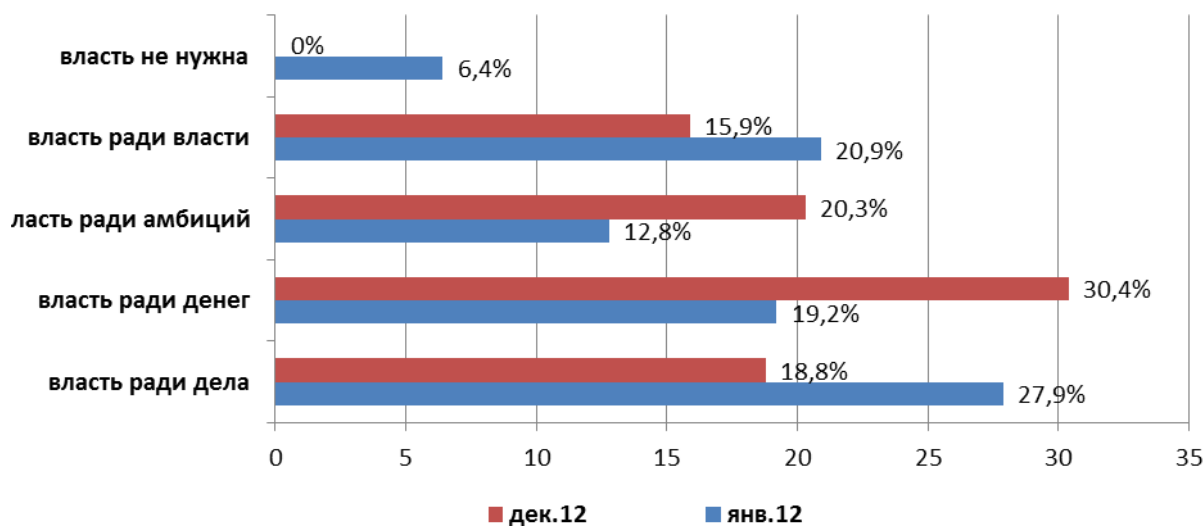


Рисунок 3 – Как Вам кажется, зачем нужна власть этому человеку?, %

Все описанные выше тенденции относятся к рациональному уровню восприятия. Посмотрим на *бессознательный уровень восприятия* этого лидера по тем же параметрам аттрактивности, силы и активности, полученных посредством ассоциаций с животными, цветом и запахами.

Бессознательный уровень восприятия рисует политика намного более привлекательного, чем на рациональном уровне, хотя этот срез образа за год снизился. Весьма примечательным является значительное (более чем в 2 раза) преобладание *привлекательных* ассоциаций с животными над непривлекательными, хотя по сравнению с январем 2012 г. количество их снизилось. Что касается *силы*, то здесь налицо расхождение рациональных и бессознательных компонентов образа. Если на рациональном уровне после выборов показатели силы серьезно снизились (с 44,8% в январе 2012 г. до 34,8% в декабре 2012 г.), то на бессознательном уровне представления о силе Путина, напротив, выросли с 31,9 до 36%. *Активность* в образе Путина также лучше выглядит на бессознательном уровне, а не на рациональном. Если на рациональном уровне через год после выборов 2012 г. оценка его активности опустилась до самых низких значений за весь период измерений (21,7%), то на бессознательном уровне его активность (агрессивность) оценивается на уровне 52,2%. Такая тенденция показывает резерв в образе В. Путина. Важно и то, что за год после выборов оценка активности на бессознательном уровне, хотя и незначительно, но выросла.

Ассоциации с животными, запахами и цветом позволяют выявить некоторые глубинные тренды в восприятии президента. Так, за прошедшие с момента выборов месяцы он подтвердил свой лидерский статус: ассоциации с животными–повелителями выросли с 7,6 до 11,6%. По этому показателю у него нет равных в российской политике. Лидерские качества отражаются и в размерах образа. Так, число ассоциаций с крупными животными за прошедший после выборов период увеличилось на 6%. Это несомненный успех В. Путина. Но одновременно доминировавшая в его образе в прежние годы независимость, которая была, можно сказать, его визитной карточкой, резко снизилась. Еще одной новой чертой образа В. Путина стало наличие в его образе меркантильных мотивов, что подтверждают данные, полученные на рациональном уровне. Важно и то, что он воспринимается как свой.

Ассоциации с запахом позволяют проникнуть в самый глубинный слой бессознательного восприятия. В. Путин всегда воспринимался как очень мужественный (маскулинный) политик. По данному параметру, который достиг у него пика в апреле 2011 г., он всегда лидировал среди российской элиты. За прошедший с последнего замера период

образ В. Путина стал терять свою телесную наполненность, о чем свидетельствует отсутствие ассоциаций с запахом. Эту тенденцию подтверждает и снижение маскулинности образа, что не может не настораживать, особенно в сравнении с конкурентами. В числе ассоциаций большое место занимают запахи, рисующие не столько привычного нам мужественного и яркого лидера, сколько чиновника-бюрократа: это запахи чернил, бумаги, пыли, свеженапечатанных купюр, старой мебели, запахи старости, разложения. Они появлялись и раньше, но не в такой степени.

Итак, хотя изменения президента-победителя не всегда для него благоприятны, в целом он воспринимается по-прежнему скорее позитивно, чем негативно. По многим параметрам бессознательные компоненты образа более позитивны, чем рациональные, а это означает, что В. Путин отнюдь не исчерпал потенциал своей политической и человеческой привлекательности. Однако его образ нуждается в серьезной корректировке, его «тефлоновые» характеристики не безграничны.

Образ президента на фоне его бывших соперников

По одобрению своих политических взглядов В. Путин продолжает сохранять первенство среди других ведущих политиков. Увеличил число своих сторонников за прошедший год только М. Прохоров, тогда как все остальные участники президентской гонки 2012 г., включая победителя, их потеряли (больше других Г. Зюганов) (рис. 4).

Таблица 1 Одобряете ли Вы политические взгляды следующих политиков?, %

		Путин	Жириновский	Зюганов	Миронов	Прохоров	Явлинский
Да	Декабрь 2012 г.	37,7	17,6	5,9	16,9	32,9	12,9
	Январь 2012 г.	44,8	24,7	27,1	21,7	20,9	18,9
Нет	Декабрь 2012 г.	39,1	51,5	64,7	50,7	41,4	57,1
	Январь 2012 г.	31,4	54,8	45,9	38,2	36,0	55,4
Частично	Декабрь 2012 г.	8,7	8,8	10,3	7	26	5,7
	Январь 2012 г.	22,1	17,2	22,4	12,1	10,5	5,4

На рациональном уровне в образах всех исследуемых нами политиков прослеживается интересная особенность: у каждого из них есть заведомые противники (ничего не нравится), но нет безусловных сторонников (тех кому все в них нравится).

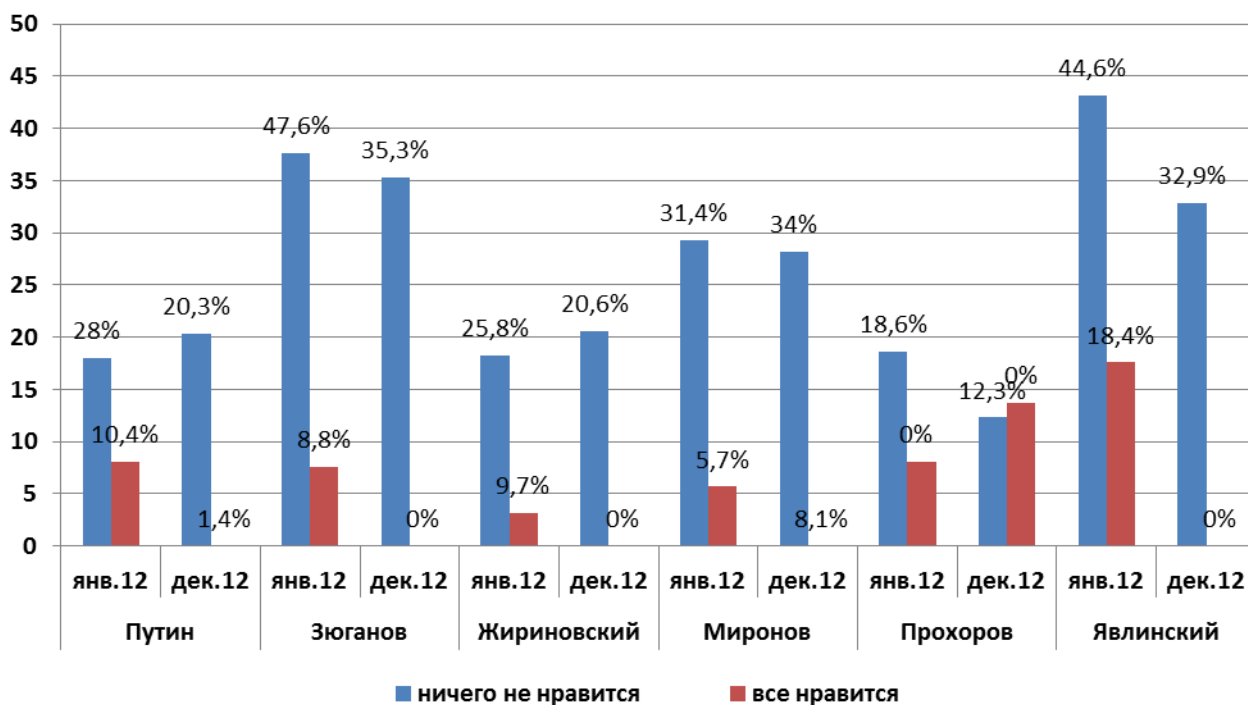


Рисунок 4 - Привлекательность/непривлекательность шести российских политиков, %

По *привлекательности* образов наиболее физически привлекательным политиком в период выборов остается М. Прохоров. Телесные составляющие образов всех политиков, кроме Явлинского, стали восприниматься более позитивно, чем до выборов.

По психологическим качествам со знаком плюс («милый», «умный» «настойчивый») и со знаком минус («грубый», «суетливый», «неопрятный») всех лидеров опережает В. Жириновский. Его и любят, и ненавидят по этому параметру в первую очередь. Меньше всего противников психологических качеств у В. Путина, а по числу сторонников он второй после В. Жириновского, и только у этих двух политиков за послевыборный период наблюдается прирост.

Моральное измерение образов политиков служит в последнее время весьма важным фактором их успехов и неудач. По этому параметру В. Путин опережает всех своих конкурентов. После выборов он прибавил в восприятии, как, впрочем, и М. Прохоров, и Г. Явлинский. Одновременно и противников моральных качеств у всех лидеров, кроме М. Прохорова, стало больше (рис. 5).

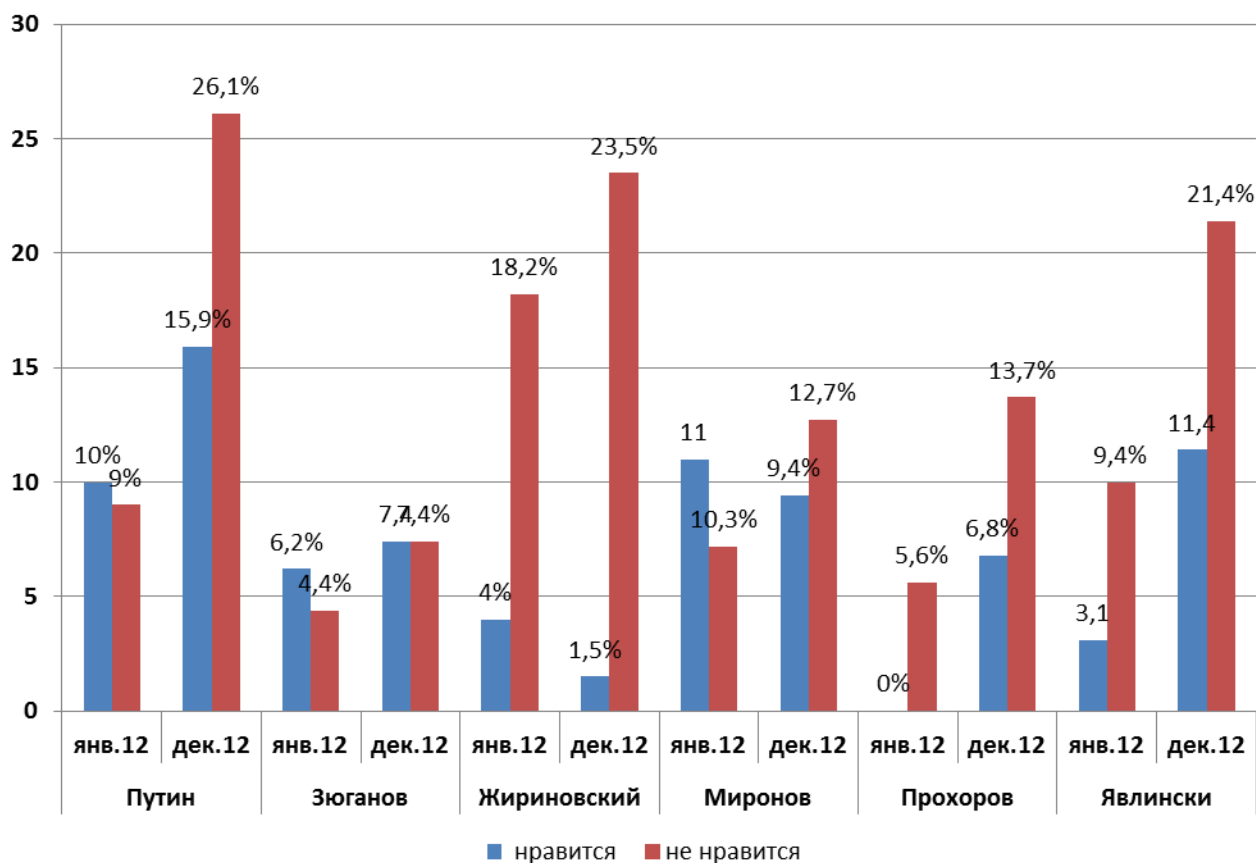


Рисунок 5 - Моральные характеристики в attractiveness политиков (со знаками + и -), %

Примечательно, что оценки профессиональных, политических и деловых характеристик у всех проигравших политиков выросли, тогда как победитель стал оцениваться хуже (рис. 6).

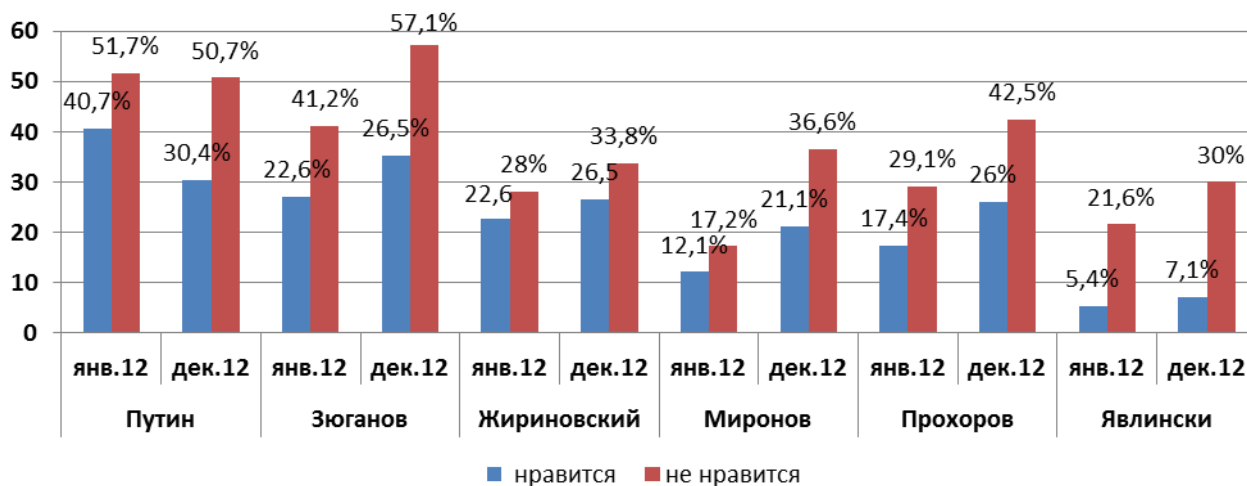


Рисунок 6 – Привлекательность профессиональных, политических и деловых характеристик политиков, %

Подведем итоги.

- 1 У В.Путина как не было реальных конкурентов среди других кандидатов на пост президента, так нет и сейчас. При этом соперники тоже выиграли от участия в выборах – по целому ряду параметров их восприятие со стороны граждан улучшилось.
- 2 С появлением новых партий и их лидеров увеличение спектра сравнения с ними первого лица страны, несомненно, приведет к усложнению политической картины. Сейчас сложно спрогнозировать, как это скажется на тех образах, к которым граждане привыкли.
- 3 Если до выборов главным противником В. Путина был он сам образца начала 2000-х, то после выборов можно говорить, что у него появился реальный конкурент – М. Прохоров, для которого выборы стали весьма удачным опытом. Он, пожалуй, больше других кандидатов выиграл от них.
- 4 За последний год психологически изменился состав группы поддержки В. Путина. Этот вывод, конечно, нуждается в проверке на репрезентативной выборке, но и качественное исследование позволяет высказать гипотезу, что ставка, которую президент сделал на менее образованную и более консервативную часть населения, привела к изменению состава и его сторонников, и его противников. После прошедших выборов начала размываться база поддержки, которая делала его «Президентом всех россиян». Сегодня те, кто его поддерживает, начинают выставлять условия своей поддержки. Между тем можно видеть, что действия оппонентов приобретает если не более консолидированный, то эмоционально более радикальный характер.
- 5 Привлекательность политиков складывается из ряда параметров. Одним из последствий выборов для граждан стало то, что *профессиональные, деловые и политические* характеристики политиков остались важным пунктом их требований. И в отношении проигравших политиков можно сказать, что выборы в этом плане пошли им на пользу. У всех, кроме В. Путина, данный параметр серьезно подрос, а вот он стал после выборов оцениваться по этому параметру хуже, чем в предвыборный период. Возможно, дело в том, что с победителя спрос выше.
- 6 Обычно *моральные параметры* образа играют большую роль перед президентскими выборами. Сейчас эта тенденция изменилась, и моральное измерение политики продолжает доминировать в восприятии лидеров и после окончания выборов. Примечательно, что политические, деловые и профессиональные качества политиков оказались потесненными *моральными требованиями* к ним. Оценки всех 6 лидеров по этому параметру снизились по сравнению с довыборным замером. Можно говорить, что формируется новый общественный запрос на лидера, для которого моральные ценности – не пустой звук.
- 7 Если посмотреть на образ победившего кандидата более пристально, можно увидеть, что и на рациональном, и на бессознательном уровнях по всем параметрам динамика в сравнении с предвыборным замером в целом положительная. После выборов за ним стали чаще признавать лидерский статус, который выборы подтвердили. В нем стали больше проявляться черты агрессивности, столь ценимой нашими респондентами в российских политиках. И это главный позитивный итог. В то же время в образе появился и ряд негативных моментов, которых раньше респонденты не замечали. Так, он стал восприниматься как менее самостоятельный и независимый политик. В его

образе появились ранее мало заметные черты меркантильности и подозрения относительно связи его мотива власти с деньгами.

- 8 Победа на выборах, с одной стороны, укрепила лидерский статус В. Путина, до некоторой степени прояснила для общества его политические взгляды, привела к росту его привлекательности как политика, но, с другой стороны, разделила его сторонников, которые уже не оказывают ему безоговорочную поддержку, а выставляют ему свои условия. Маловероятно, что в ближайшей перспективе негативные элементы восприятия, которые были описаны выше, пошатнут его власть, но вполне очевидно, что такое состояние общества требует от него и его команды серьезных мер по выполнению предвыборных обещаний и ответа на запрос общества в честности и справедливости. При этом динамика восприятия бывших соперников В. Путина на выборах намного менее благоприятна, чем динамика его образа, что позволяет ему в ближайшей перспективе оставаться неоспоримым национальным лидером. Приход же в политику новых партий и новых лидеров делает среду, в которой действует президент, более конкурентной и не дает ему возможности расслабиться.
- 9 Усиление критических настроений в обществе не приводит к утрате образа президента своего потенциала в силу того, что, в отличие от критичного восприятия на рациональном уровне, те же респонденты на бессознательном уровне воспринимают его куда более позитивно, чем накануне выборов. Наши данные говорят о том, что у В. Путина, несмотря на рост критических оценок, сохраняется устойчивое электоральное ядро, которое оказалось не подвержено информационным атакам на него. Ни о каком беспрецедентном падении доверия речи не идет. Наши данные не дают оснований для катастрофических сценариев, появляющихся в СМИ.