

УДК 316.6

Н.В. Смутькина

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ВОСПРИЯТИЕ КАНДИДАТОВ В ПРЕЗИДЕНТЫ В РОССИЙСКОЙ ИЗБИРАТЕЛЬНОЙ КАМПАНИИ

Представлены результаты исследования образов кандидатов в Президенты в период избирательной кампании 2012 г. Рассматривается влияние отдельных факторов, которые предположительно сыграли значительную роль в восприятии политических лидеров.

Ключевые слова: *образ политического лидера, политическое восприятие, факторы.*

Политическая ситуация конца 2011 – начала 2012 г., сопровождающаяся повышением политической активности масс, разворачивающейся дискуссией по поводу изменения института парламентских выборов и формирования губернаторского корпуса в России, изменением рейтингов ведущих политиков, позволяет говорить о возможности существенных изменений в политическом восприятии. Для более подробного их изучения было проведено исследование¹ образов кандидатов в Президенты в период избирательной кампании 2012 г., а именно, В.В. Путина, Г.А. Зюганова, В.В. Жириновского, С.М. Миронова, М.Д. Прохорова. Г.А. Явлинскому было отказано в регистрации в качестве кандидата в Президенты в этом году, но рассмотреть особенности восприятия его образа в сознании россиян имеет смысл. Кроме того, используются материалы ранее проведенных исследований образа идеального политического лидера².

Рассматривая специфику формирования образов политиков, следует сосредоточить внимание на факторах, которые, вероятно, сыграли значительную роль в восприятии политических лидеров в период президентской избирательной кампании. К сожалению, невозможно дать точную интерпретацию воздействия этих факторов, так же как и невозможно перечислить их все. Для наших целей будем использовать упрощенную модель (рис. 1). Данная модель построена на основании схемы процесса политического восприятия, разработанной Е.Б. Шестопал [1. С. 20].

¹ Исследование образов политиков было проведено кафедрой социологии и психологии политического факультета политологии МГУ в январе 2012 г. Оно имеет качественный характер и не претендует на репрезентативность для страны в целом. Выборка сбалансирована по полу, возрасту и образованию. Всего было опрошено около 200 человек в Москве и регионах страны. Образы данных политиков исследовались и ранее, что позволяет рассмотреть динамику восприятия. Использование глубинных интервью с применением метода фиксированных ассоциаций позволило получить срез рациональных и бессознательных компонентов образов политиков.

² Методом стандартизированного интервью и анкеты с полузакрытыми вопросами исследовался образ идеального политического лидера на рациональном уровне. Исследование образа на бессознательном уровне включало в себя использование проективного теста «Психологический рисунок», стандартизированного метода обработки и анализа данных.

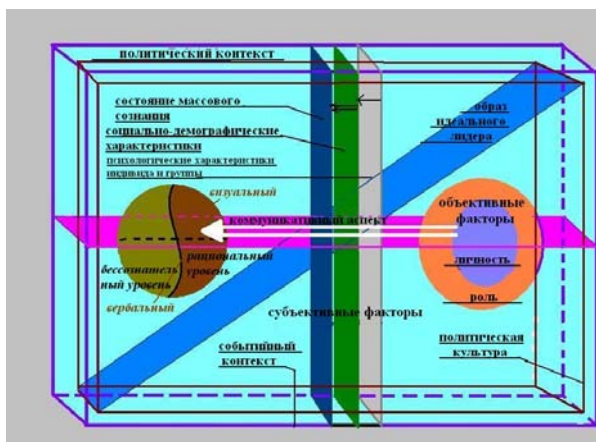


Рис. 1. Факторы, влияющие на восприятие политического лидера

Во-первых, выделим реальные характеристики объекта восприятия – **личность самого политика и его действия**. Речь здесь идет не только о внешних и телесных характеристиках. В наши дни политик не может рассчитывать только на красоту, молодость, риторику или эффектное поведение [2. С. 178]. Главное требование к кандидату на любой политический пост касается его политических и профессиональных качеств. Уже подтвержденным фактом является то, что, например, риторика Жириновского и политические воззрения Зюганова оказывают огромное влияние на их восприятие. Если рассматривать кандидата Григория Явлинского, то можно утверждать, что действия самого политика сыграли важную роль в формировании образа в эти президентские выборы. Предвыборная пропаганда и участие в нескольких политических скандалах неспособны оказать тот же эффект, что и многолетняя политическая активность. Теперь Явлинский рассматривается как слабый и пассивный политик с неясной мотивацией. Исследование показало, что центральными в образе Владимира Путина являются морально-психологические и деловые качества. К числу его достоинств респонденты относят его психологические и поведенческие характеристики (рис. 2). Поверхностный дистантный анализ личностных черт Михаила Прохорова позволяет говорить скорее об отсутствии у него ярко выраженных способностей работать в команде, быть заместителем кого-либо, поведенческие характеристики в ходе дебатов только подтверждают предположение о наиболее удачной стратегии этого политика – политическом противостоянии. Данная особенность его личности, возможно, существенно воздействует на его восприятие.

Еще одним значимым объективным фактором восприятия любого политика является **роль**, на которую этот политик претендует. Можно предположить, что существенно этот фактор воздействовал на восприятие Владимира Путина, который уже имеет опыт работы президентом. Многие респонденты, воспринимая Явлинского в качестве «неотъемлемого элемента российского выборного процесса», «бессменного представителя либеральных сил», не

видят его в качестве президента страны. Прохорова тоже воспринимают скорее как новую активную политическую фигуру, но не президента.

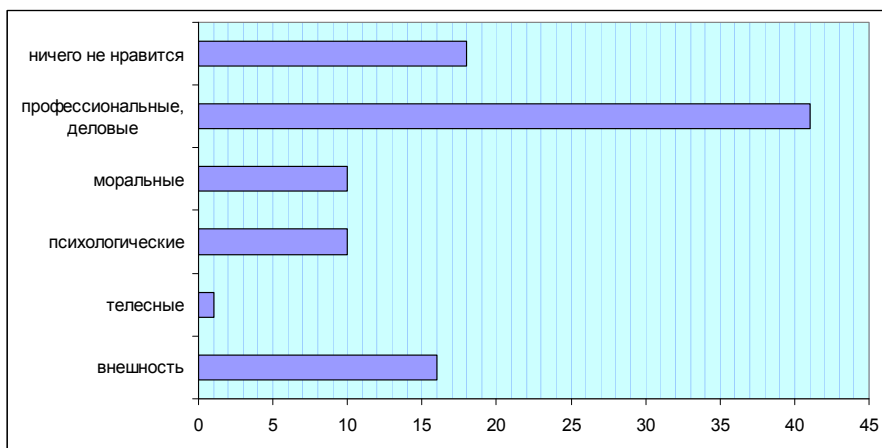


Рис. 2. Аттрактивность образа В.В. Путина. Январь 2012 г.

В восприятии политического лидера в период избирательной кампании важным фактором является **коммуникативный аспект**. Т.Н. Пищева отмечает, что от одного электорального цикла к другому растет значимость коммуникативных аспектов избирательных кампаний. Нельзя недооценивать способность медиа, наряду с политической ситуацией в целом, формировать критерии для оценки политиков и тем самым виртуализировать среду политического восприятия [3. С. 161]. К особенностям коммуникативного аспекта последней президентской кампании отнесем формирование образа выборов безальтернативных и заранее нечестных. Данная избирательная кампания ознаменовалась увеличением использования возможностей социальных сетей и других Internet-ресурсов. Правда, подобный феномен был характерен в большей степени для мегаполисов. В средствах массовой информации был сделан акцент на «затертость» кампании. Активно транслировался образ «думских старцев». Это не значит, что политическая пропаганда кандидатов была выстроена плохо. Нет, исследователи говорят о хорошей агитации Коммунистической партии. Кроме того, предполагаю, что Миронов именно благодаря активной предвыборной кампании повысил свою узнаваемость до 90 %.

К субъективным факторам, которые воздействуют на восприятие политика, можно отнести **психологические и социально-демографические характеристики**. К психологическим относятся личностные и групповые мотивы, потребности, эмоции, знания и представления. К социально-демографическим категориям отнесем пол, возраст, уровень образования, профессиональную принадлежность. Не останавливаясь подробно на данном вопросе, отметим, что социальная структура общества сильно изменилась за последнее время, что создает новую оптику восприятия. Особенности социализации электората, интересы групп могут быть причиной

противоречивого отношения к одним и тем же морально-нравственным и поведенческим характеристикам политика. Отчетливо это наблюдалось в восприятии Михаила Прохорова. Новые общественные запросы, вероятно, формируют новые социальные группы.

Крайне важным субъективным фактором в этой кампании являлось **состояние массового сознания**. Этот фактор играл важнейшую роль для Миронова, ведь он позиционирует себя именно как лидер оппозиционной партии. Именно у этого политика за последний год резко возросла активность среди привлекательных компонентов образа (с 52,2% в апреле 2011 г. до 90,4% в январе 2012 г.). Протестные настроения в массах способствовали повышению рейтинга Зюганова (рис. 3). За последний год в 2 раза выросло число тех, кто одобряет его политические взгляды (с 13 до 27%). Успех Прохорова в Москве тоже можно объяснить важным влиянием этого фактора. Несомненно, уровень протестных настроений оказал существенное значение на восприятие В.В. Путина.

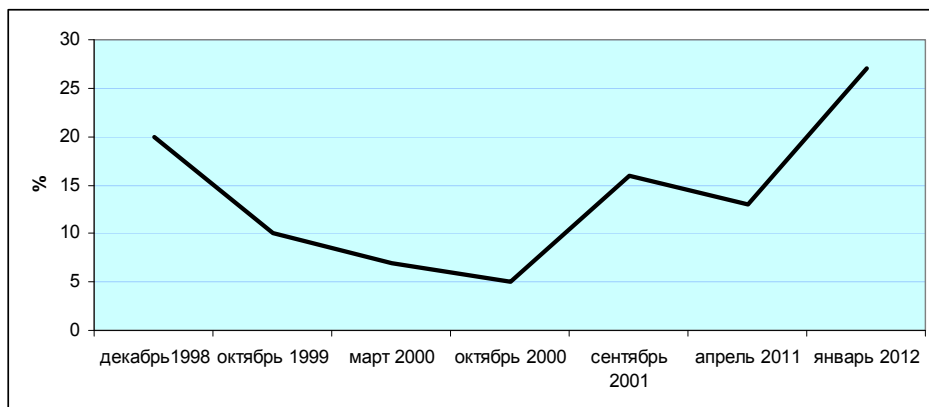


Рис. 3. «Одобряете ли Вы его политические взгляды?» (Г.А. Зюганов) «Да, одобряю»

Перейдем к вопросу влияния политического контекста на восприятие кандидата в Президенты. Политический контекст в наши дни понятие крайне широкое. Иногда как контекст трактуют и перечисленные коммуникативные характеристики избирательной кампании, состояние массового сознания, характеристики политической системы страны. Остановимся на двух крупных элементах контекста:

Устойчивый элемент контекста: **политическая культура**.

Наиболее устойчивые образцы политической культуры остаются неизменными на всем протяжении истории становления и развития общества [4]. Отдельные категории политической культуры оказывают влияние на специфику восприятия российских политиков. Так, например, М. Прохоров респондентами на бессознательном уровне воспринимается не как мощная и крупная фигура, опора, защитник, отец, а как менее приземленный, более «легкий», политик, от которого веет «чем-то чужим». В условиях патерналистичности восприятия российской власти подобные характеристики, вероятно,

но, являются причиной тревожного отношения к этому политику. Предположим, что при правильном использовании политических мифов в процессе коммуникации с потенциальным электоратом возможно добавление образу сакральности.

Часто образ идеального лидера относят к элементу политической культуры. Учитывая важность влияния этого элемента на процесс восприятия политика, рассмотрим образ идеального лидера подробнее. Исследования показали наличие определенной доли респондентов (не менее 20%), не заинтересованных в политическом лидерстве. Результаты фиксируют то же количество респондентов с показателями высокой значимости этого объекта.

На рациональном уровне не существует универсального ответа на вопрос о том, каким должен быть политик. С одной стороны, респонденты хотят видеть в политике способность выходить за рамки правил и решительность (черты инициативного лидерского стиля), а с другой – активно выступают за такие консервативные черты, как верность делу, умение предвидеть обстоятельства, внимательность, выдержка. В требованиях респондентов к стилю работы политика с подчиненными преобладает приверженность к демократичному способу – привлечение коллег к процессу принятия решений, в то же время наиболее действенными считаются авторитарные методы приказов и директив.

Исследование образа идеального лидера на бессознательном уровне позволяет говорить о наличии в сознании россиян желания увеличения доли участия населения в политическом процессе. Существует обеспокоенность респондентов проблемами коррумпированности российских лидеров, их пассивности, архаичности. Присутствует критика теневого характера работы российских политиков, оторванности их от народа.

Изменчивый элемент политического контекста: **событийный контекст.**

Говоря о событийном контексте, отметим большое значение особенностей политического рынка, а именно баланса сил и отношений в политической элите, правил игры, характеристик конкурентов. Если оценивать российский политический рынок, то можно выделить несколько основных элементов.

Во-первых, политическая действительность всё больше подтверждает тезис о вероятном снижении в стране роли личной инициативы человека. Согласимся с утверждением, что личные заслуги и достоинства играют все меньшую и меньшую роль для продвижения человека в материальном и карьерном смысле. Важная причина переоценки лидеров заключается в том, что они не могут сформулировать эту проблему или найти ей какое-то решение. Сейчас не востребован вопрос «кто виноват?», зато востребован вопрос «что делать?». Отсюда и подъем фигуры Прохорова, который воспринимается его сторонниками как человек личных достижений [5. С. 168].

Во-вторых, в российской политической действительности не хватает новых политических фигур, происходит старение политических акторов. Если раньше В.В. Жириновский воспринимался как сильный политик, то в январе 2012 г. этот показатель снизился почти в 8 раз, с 78 до 5%, что говорит о том, что многие избиратели не видят дальнейшей перспективы его развития. Если рассматривать образ Зюганова, то можно сказать, что за последний год в

3 раза увеличивается число людей, которым ничего не нравится в этом политике. Кроме того, в образе Зюганова параметр силы снизился почти в 5 раз (рис. 4).

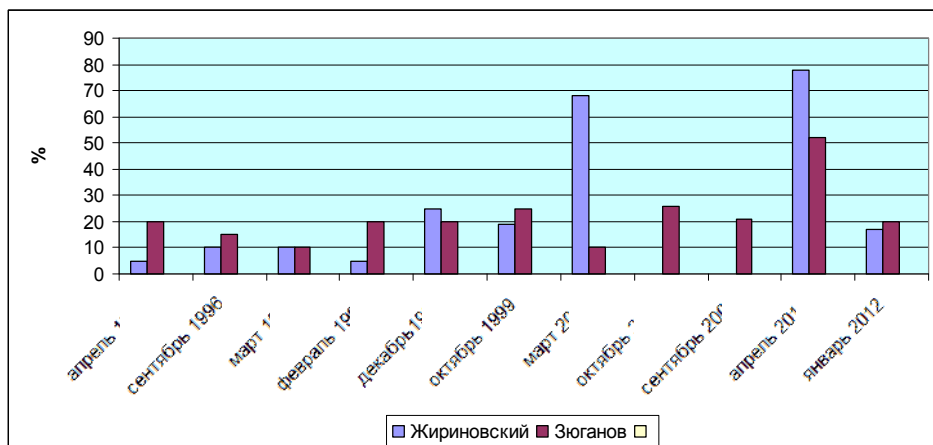


Рис. 4. «Что Вам нравится в этом политике? Почему?» Рациональный уровень, показатель «Сила» (Г.А. Зюганов, В.В. Жириновский)

Фактор старения в глазах избирателей повлиял в этом году даже на восприятие Путина. Молодежь, которая социализировалась при Путине-президенте, высказывалась против его кандидатуры, так как у некоторых он ассоциируется теперь с политической стагнацией.

Обратным эффектом можно назвать эффект новизны. Высокую визуальную узнаваемость (93%) политического новичка Прохорова можно объяснить именно этим фактором. Выделяется большой сегмент тех, кто не имеет внятного представления о политических взглядах Прохорова или указывает на их отсутствие. Очевидно, в будущем успешность этого политика будет во многом зависеть от того, какую позицию будут занимать представители «не определившейся» части общества.

В-третьих, упоминая влияние баланса отношений в политической элите, заметим, что наибольшее количество респондентов приписывают Миронову мотив денег, растет число людей, приписывающих ему роль слуги и политической марионетки. Такую тенденцию в восприятии можно объяснить противоречивостью политики самого Миронова. В его политической биографии существуют попытки сближения с действующей властью при сохранении имиджа оппозиционера. Запомнились также публичные высказывания о поддержке представителя партии-противника на парламентских выборах 2007 г. и реакция на итоги выборов в парламент 2011 г.

В заключение можно подтвердить, что у каждого политического лидера есть свой собственный стержень, вокруг которого и строится его образ, для одного это идеологические и политические составляющие, для другого – морально-этические и нравственные принципы, для третьего – его личностные и психологические качества.

Проведенное исследование показало, что образы политических лидеров – кандидатов в Президенты на сегодняшний момент претерпевают существенные изменения, что связано предположительно с интенсивностью воздействия отдельных факторов формирования образа политического лидера в массовом сознании. Возрастает актуальность изучения воздействия этих факторов. Среди наиболее важных факторов восприятия политика – кандидата в Президенты можно выделить: свойства личности и действия самого политика и его соперников, особенности роли президентства, политическую культуру общества, политический контекст, в котором разворачивается избирательная кампания, состояние массового сознания и коммуникативные аспекты избирательной кампании. Следует обратить внимание на изучение специфики восприятия образа политика в ситуации избирательного процесса.

Литература

1. *Психология* политического восприятия в современной России / Под ред. Е.Б. Шестопаля. М.: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2012.
2. *Шестопаля Е.Б.* Сдвиги в восприятии политиков российскими гражданами после выборов 2012 г. // *Власть*. 2012. №12. С. 173–178.
3. *Пищева Т.Н.* Восприятие кандидатов в президенты: коммуникативные аспекты избирательных кампаний: дис. ... канд. полит. наук. М., 2006.
4. *Образы* российской власти: от Ельцина до Путина / Под ред. Е.Б. Шестопаля. М.: РОССПЭН, 2009.
5. *Образы* лидеров в массовом сознании накануне президентских выборов: круглый стол // *Полис*. Политические исследования. 2012. № 4. С. 160–174.