

УДК 323.2; 32.019.52

DOI: 10.17223/1998863X/41/22

Е.Б. Шестопад

СДВИГИ В МАССОВОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ СОЗНАНИИ РОССИИ ПЕРЕД ПРЕЗИДЕНТСКИМИ ВЫБОРАМИ 2018 Г.

Анализируется изменение психологического состояния российского общества накануне президентских выборов 2018 г. по сравнению с предыдущим периодом. Основным предметом эмпирического качественно-количественного исследования, проведенного в нескольких регионах России в октябре 2017 г., стали существующие в массовом сознании граждан политические представления, установки, ценности и образы современной российской власти и лидеров. Дается характеристика политического восприятия тех отечественных политиков, которые могут принять участие в предстоящих президентских выборах. В отличие от стандартных социологических опросов политико-психологические исследования не только фиксируют рациональный, когнитивный уровень восприятия, но и выявляют его неосознаваемый эмоциональный слой. Сравнение рациональных и бессознательных аспектов образов власти и лидеров в российском массовом сознании позволяет точнее прогнозировать не только декларативное, но и реальное электоральное поведение.

Ключевые слова: психологическое состояние российского общества, образы власти, образы ведущих политических лидеров, президентские выборы 2018 г.

1. Постановка проблемы

В условиях, когда политическая система страны на протяжении всего постсоветского периода находится в процессе постоянного трансформирования, широко распространенный в политологии институциональный подход не позволяет адекватно уловить и описать ее развитие. Особое значение для анализа текущего политического процесса приобретают не столько институты, сколько *психологическое измерение* политического процесса [1. С. 64–81].

Нам представляется важным понять, какие изменения происходят в обществе, так как именно эти сдвиги служат психологическим фундаментом будущего электорального поведения граждан. Анализ психологических аспектов предвыборного периода было посвящено политико-психологическое исследование, проведенное кафедрой социологии и психологии политики факультета политологии МГУ им. М.В. Ломоносова в октябре 2017 г.

2. Теоретико-методологические основания анализа политического восприятия массовым сознанием

В данной статье предпринимается попытка выявления новых трендов в психологическом состоянии массового политического сознания. Состояние массового политического сознания мы трактуем как широкий набор психологических феноменов, включающий установки, потребности, ценности, мотивацию и образы [2. С. 10–11].

В своей теоретической модели мы опирались на работы по теории политического восприятия [3]. Дж. Брунер и Л. Постмэн еще в середине XX в. пришли к выводу, что восприятие опосредовано потребностями, ожидания-

ми, мотивами и ценностями воспринимающего субъекта [4]. В современных работах в структуре политической установки принято выделять три уровня: когнитивный, эмоциональный и поведенческий [5. Р. 4–6]. Сквозь призму этих трех уровней и с использованием шкал привлекательности, силы и активности выявляются и описываются представления граждан о власти, демократии, лидерах и др. [2; 6–13].

Результатом восприятия является политический образ. Под образом мы понимаем отражение политической власти, личности лидера, политических институтов, которые они представляют, и иные феномены политики в массовом и индивидуальном сознании граждан [14. С. 12–13]. При этом на индивидуальном уровне восприятие, как правило, фокусируется на эмоциональных впечатлениях о важных политических акторах и политических событиях [15. Р. 218]. На уровне групповых политические представления и образы имеют более рациональный характер. Этот феномен получил название «микро-макро парадокса» [16. Р. 5]. Таким образом, в современной политико-психологической литературе восприятие рассматривается как на рациональном уровне, так и на бессознательном. При этом если в зарубежной политической психологии акцент делается преимущественно на проблематике процесса и факторов политического восприятия, то в фокусе внимания многих российских исследователей политические образы трактуются как итог восприятия [2. С. 5–6; 17. С. 47–48; 18. С. 83–85; 19. С. 74; 20. С. 40–41].

Соединение этих двух подходов осуществляется в рамках факторной модели политического восприятия [21. С. 14–80; 22. С. 11–78; 23. Р. 3–64]. В этой модели анализируются основные факторы влияния на восприятие политических объектов личностью (объектные, субъектные, пространственные, темпоральные, коммуникативные).

3. Характеристика исследования

Настоящее исследование образов политической власти и лидеров было проведено в конце октября 2017 г. Оно является частью многолетнего исследовательского проекта кафедры социологии и психологии политики, который был начат еще в 1993 г. и повторяется каждый год, иногда дважды в год. Поскольку мы ставили своей задачей отследить сдвиги, происходящие в массовом политическом сознании, то там, где это необходимо, мы сопоставим данные этого года с данными 2016, 2015 гг. и более ранними замерами. Полученные данные позволяют провести анализ социальных рисков и вызовов, идущих от массового сознания, этому было посвящено и исследование, проведенное в 2017 г. Его **целью** было выявление изменений в массовом политическом сознании (установках, представлениях, ценностях, образах, потребностях и мотивах) в канун выборов по сравнению с предшествующим периодом.

Предметом исследования было восприятие гражданами власти и политиков, заявивших о своем намерении участвовать в этих выборах.

Исследование носит качественно-количественный характер. Авторские **методология и методики** разработаны коллективом кафедры социологии и психологии политики факультета политологии МГУ. Так, *образы власти* изучались методом **стандартизированного интервью** для описания рационального слоя образов власти с привлечением **проективных методик** для

выявления неосознаваемых пластов восприятия [24. С. 401–402]. Для исследования образов политических лидеров мы использовали **фокусированные интервью** с применением **ассоциативного теста** [22. С. 49–70].

Выборка. По исследованию образов власти опрошено 422 человека в Москве, часть вопросов о власти дополнительно изучалась в 6 других регионах (Центральный, Сибирский, Поволжский, Уральский, Южный федеральный округа и Крым по 50 интервью в каждом (300). Получено такое же число проективных тестов. Нас в первую очередь интересовало состояние массового политического сознания в Москве и других мегаполисах, так как именно там не просто проживает изрядная часть электората, но и во многом формируются мнения общества в целом и дестабилизация ситуации в центре может оказать существенное влияние на ситуацию в стране.

В исследовании образов лидеров опрошено 434 человека в Москве и Челябинске.

Исследование нерепрезентативно для страны в целом, но сбалансировано по полу, возрасту и образованию, как это принято в качественных исследованиях. Пол и возраст: мужчины и женщины, в возрасте от 18 до 80 лет, с разбивкой на 3 возрастные группы: 18–35, 36–55, старше 55 лет. Лица с высшим образованием и без него представлены в равных долях.

Полученные результаты были проанализированы с использованием метода шкалирования и обработаны с помощью пакета SPSS.

1. Состояние массового политического сознания перед президентскими выборами 2018 г.

1.1. Важнейшие политические установки и ценности

Описание состояния массового политического сознания мы начнем с зафиксированных нами на данный момент установок, представлений и ценностей. Одной из ключевых ценностей российской политической культуры является **справедливость**, которая на протяжении всего постсоветского периода определяет политический дискурс нашего общества. В силу того, что ценностная система общества отличается определенной ригидностью, вполне понятно, что **представления граждан о справедливости** в последние годы изменялись незначительно (образ власти в динамике (Москва) см. на рис. 1).

1. Считаете ли Вы справедливым, когда... (возможно несколько вариантов ответа), %					
Варианты ответов	2010	2013	2014	2016	2017
1.1. Немногие владеют большим богатством, а подавляющее большинство пребывает в бедности?	72	75,2	87,3	71,9	68,2
1.2. Закон строго не наказывает тех, кто угрожает Вашей жизни?	83	84,7	83,6	84,8	84,4
1.3. Государство перестало заботиться о престарелых, больных и детях	83	86,3	92,7	90,4	84,4
1.4. Что меньшинство управляет большинством	40	36,8	47,3	39,4	37,4

Рис. 1

Прежде всего, бросается в глаза, что меньше всего на настоящий момент население раздражает то, что меньшинство управляет большинством (всего 37,4% считают это несправедливым). Этот вид социального неравенства видится как естественный. Куда более негативно воспринимаются несправедливость судебной системы (закон не наказывает строго тех, кто угрожает

жизни граждан) и несправедливость в отношении престарелых, больных и детей, хотя последний пункт за последний год стал вызывать чуть меньше нареканий.

Следует отметить, что упреки в адрес судебной системы тем более значимы, что **закону готовы подчиняться** все больше граждан: в 2017 г. почти на 10% больше, чем в 2010 г. В то же время опасным трендом можно считать снижение авторитета **государства** в глазах людей в сравнении с 2014 г., когда этот авторитет стал для общества весьма значимым.

Если парламентские выборы 2016 г., которые по всем оценкам были довольно вялыми, все-таки смогли подогреть **политический интерес**, то куда более важные для страны президентские выборы пока не мобилизовали общество, политический интерес, как показывает рис. 2, даже снизился по ряду позиций. В то же время число людей, которые мало следят за политикой, стало больше.

Интересуетесь ли Вы политикой в настоящее время?, %					
Варианты ответов	2010	2013	2014	2016	2017
Очень интересуюсь	14	—	—	17,5	15,2
Слежу за всеми политическими событиями	25	—	—	26,8	27
Имею общее представление, но детали пропускаю	38	—	—	36,4	35,5
Мало слежу	16	—	—	11,9	17,8
Не интересуюсь совсем	7	—	—	7,4	4,5
Другое	0	—	—	0	0
Нет ответа	0	—	—	0	0

Рис. 2

Еще более важным параметром для прогноза электорального поведения на следующих выборах служат ответы на прямой вопрос о **готовности принять участие** в разных формах политического поведения (рис. 3).

Готовы ли Вы лично принять участие ... ? (возможно несколько вариантов ответа), %					
Варианты ответов	2010	2013	2014	2016	2017
в выборах как избиратель	59	80,8	83,6	68,9	63,7
в митинге поддержку той или иной политической партии или движения	13	22	27,3	19,9	20,4
в забастовке	10	15,7	23,6	10,9	9,2
в выборах как кандидат в депутаты того или иного уровня власти	6	13,2	21,8	15,6	8,1
ни в чем	11	9,9	0	15,9	21,8
затрудняюсь ответить	3	1,5	5,5	6,6	6,9

Рис. 3

Обращает на себя внимание то, что с 2016 г. снизилось число готовых участвовать в выборах и в роли избирателей (более чем на 5%), и в роли кандидатов в депутаты разного уровня (около 8%). Эти данные можно рассматривать не только как проявление безразличия к политической жизни страны (почти 22% опрошенных не хотят участвовать в политике ни в какой форме), но и как снижение привлекательности всех форм власти. Можно подтвердить вывод, который мы сделали год назад, что парламентские выборы 2016 г. были настолько неинтересными для граждан, что это привело к электоральной демобилизации населения.

Представления граждан о **влиятельности отдельных политических институтов** также изменялись в последнее время (рис. 4).

Кто, по Вашему мнению, обладает наибольшей властью в сегодняшней России? (Выберите несколько вариантов ответа), %					
Варианты ответов	2010	2013	2014	2016	2017
Президент	24	92	96,4	91,7	94,3
Премьер-министр	26	30	23,6	16,9	17,1
Администрация Президента	6	25	52,7	22,8	23,5
Государственная Дума	5	20	9,1	18,5	33,6
Совет Федерации	2	9	9,1	9,3	13,5
Правительство РФ	6	18	32,7	21,5	24,9
Силловые структуры (ФСБ, МВД и др.)	14	51	54,5	59,6	52,8
Губернатор	3	13	16,4	8,9	8,1
Местная, муниципальная власть	3	7	1,8	6,6	10
Суд	3	15	12,7	14,2	12,3
Прокуратора	3	18	5,5	16,2	11,8
Армия	1	7	5,5	22,2	17,3
Политические партии	5	14	5,5	11,6	13,7

Рис. 4

Сравнение с прошлыми годами показало, что самым влиятельным институтом остается для граждан институт президентства, который назвали 94,3% опрошенных. Примечательно, что в отличие от обобщенного образа власти, который вызывает у граждан серьезные нарекания, многие конкретные институты и ветви власти **повысили свой вес**. Впервые за многие годы поднялись в глазах общества Государственная Дума и Совет Федерации, политические партии. Такая же тенденция отмечена и в образах Администрации Президента и местной власти. Это особенно любопытно в отношении позиции премьера, который, несмотря на нападки оппозиции, не снизил свой вес, а, напротив, усилил его. В целом и законодательная и исполнительная ветви власти показали свою значимость в глазах общества. Есть лишь одно исключение – *губернаторы*. Исследование проходило в период, когда произошла массовая отставка старых и назначение и.о. новых губернаторов. Эта тенденция, которая наблюдается уже несколько лет, требует дополнительного изучения. Но можно предположить, что смена власти в регионах воспринимается с определенной тревогой и трактуется как ослабление региональной власти и усиление центра.

Другим трендом на **уменьшение влияния** является снижение роли всех силовых структур, включая армию, что удивительно на фоне успехов в Сирии. Дополняют этот список суд и прокуратура, которые и раньше не были в начале списка влиятельных институтов, но сейчас ослабление всей судебной власти показывает еще больший, чем раньше, перекос ветвей власти.

Хотя доверие к политическим партиям и не очень велико (всего 13,7%), партийно-политические пристрастия после парламентских выборов поменялись: одни партии от этих сдвигов оказались в выигрыше, а другие проиграли. Эти изменения были неравномерными. С одной стороны, наблюдается некоторое снижение радикальных (с 2,6 до 1,4%) взглядов, что можно понять как уход от политических крайностей. Но одновременно наблюдается рост числа сторонников анархизма. Привлекательность практически всех политических ориентаций, как левых (социалисты и коммунисты), так и правых (консерваторы и либералы), снизилась. Это говорит о росте политической апатии и стремлении отстраниться от любой идеологии. Сторонники демократии прочно занимают первое место и практически не изменились в численном выражении. Другим интересным трендом, характерным для Москвы

и других мегаполисов, является тот факт, что, несмотря на продолжающееся с 2014 г. снижение числа сторонников либеральных взглядов, они остаются второй по численности политической идеологией (рис. 5).

Как бы Вы определили свои политические предпочтения? (Возможно больше одного ответа), %					
Варианты ответов	2010	2013	2014	2016	2017
Либерал	17	20,4	23,6	18,9	16,8
Социалист	10	9,7	18,2	12,9	7,1
Анархист	3	1,4	7,3	3,6	5
Демократ	33	30,4	20	24,8	24,4
Радикал	3	1,3	0	2,6	1,4
Консерватор	10	10,2	18,2	18,5	16,4
Коммунист	7	7,2	5,5	8,9	6,6
Аполитичный	16	14,8	9,1	16,2	14,5
Другое	2	5,7	23,6	7,3	7,8

Рис. 5

По **ценностным параметрам** восприятие политики за прошедший год существенно не поменялось. Лидируют такие ценности, как *свобода и права человека*. За ними следует *сильное государство*. Очевидно, что третий ранг сильного государства связан с внешнеполитической ситуацией и угрозами национальной безопасности страны. Удивительно другое, что эта ценность в намного более напряженной ситуации 2014 г. была ниже, чем сейчас. Стоит обратить внимание и на запрос на *ответственность* как демократическую ценность, что говорит о росте гражданской зрелости общества. Сохранила свой ранг ценность *активизма*, хотя в числовом выражении и стала ниже (рис. 6).

Ценностный параметр	2016, %	Ранг	2017, %	Ранг
Свобода	20,2	2	21,1	1
Равенство	7,5	6	10,2	4
Права человека	20,9	1	20,7	2
Личная независимость	5	8	5,5	6
Ответственность	8,9	5	10,2	4
Соблюдение законов	15,2	3	9,5	5
Активное участие в управлении государством	13,6	4	10,2	4
Сильное государство	6,6	7	12,6	3
Другое	2,1		0	

Рис. 6

Как видим, сдвиги незначительные, но они есть. Особенно важен высокий ранг ценности активизма, который пока не актуализирован на поведенческом уровне. Но мы наблюдали такое же явление в 2010 г., когда через год после роста этого параметра в нашем исследовании люди вышли на Болотную площадь. В данный момент мы не фиксируем подобного резкого всплеска, но в латентной форме он существует и на него необходимо обратить внимание.

1.2. Образы власти

Первая тенденция, которую выявило проведенное исследование, касается привлекательности власти: за последний год снизились и положительные и отрицательные оценки власти гражданами (последние больше). А безразличие к политике, напротив, существенно усилилось, хотя и год назад оно нами было зафиксировано [13] (рис. 7). Такая политическая апатия, демобилизованность общества в ситуации серьезных угроз нашей стране извне и

попытках несистемной оппозиции раскачать стабильность изнутри вызывает тревогу, так как может обернуться низкой явкой на президентских выборах и в целом неготовностью к резким поворотам.

Отношение к политике, %	2010	2016	2017
Положительное	24	30,8	28,9
Отрицательное	32	30,8	24,2
Безразличное	24	16,9	25,4
Затрудняюсь ответить	20	21,5	21,5

Рис. 7

Вторым новым трендом стала тенденция к росту персонификации образов власти в лице лидеров, личностей. Если с 2010 по 2016 г. эта тенденция угасала, то с 2016 по 2017 г. число персонифицированных образов власти возросло с 14,6 до 21,6% при одновременном снижении образов, связанных с партиями и группами и режимом (абстрактными представлениями). Можно предположить, что начавшееся было привыкание к сложившейся партийной системе и рационализация политического процесса в обществе уступили место более глубоким, «архетипическим» представлениям о власти как о власти конкретных лидеров (рис. 8).

Образ власти, %	2010	2012	2013	2016	2017
Партии, группы	2,7	5,4	5,9	19	15,6
Лидеры, личности	12,9	25,6	7,3	14,6	21,6
Режим / абстрактные представления	84,4	63,6	75,6	60,4	59,5
Нет ответа	0	5,4	11,2	6	3,3

Рис. 8

Третья особенность также носит психологический характер. За теми или иными образами власти всегда стоят определенные нереализованные потребности людей, о которых писал еще А. Маслоу. Так, при всех экономических трудностях и реальном обеднении населения в настоящее время не материальные потребности определяют отношение к власти (рис. 9). Они стоят лишь на третьем месте после потребности в самореализации и потребности в безопасности.

Потребности, %	2010	2012	2013	2016	2017
Материальные потребности	6	16,3	3	16,3	13,3
Безопасность	30	19,2	32,7	7,3	17,1
Любовь	3	3,9	0,7	2,6	4,3
Самореализация	27	12,8	38,5	2,3	18,5
Самоактуализация	5	5,9	11,7	7	11,4
Другое	29	36,5	2,2	58,5	32,1
Нет ответа	0	5,4	11,2	6	3,3

Рис. 9

Потребность в безопасности давно занимает важное место в нашем обществе. Последний год это было связано с неблагоприятным внешнеполитическим климатом, со страхами внешней угрозы.

Необычно выглядит вышедшая на первый план потребность в самореализации, которая свидетельствует о недостаточности социальных лифтов и невозможности для многих профессионального роста. Высокие значения

высших потребностей – самореализации и самоактуализации – означают, что грядущая президентская кампания должна дать людям серьезную перспективу развития страны, а не сводиться к конкретным обещаниям повысить зарплату или пенсию.

Более благоприятна для власти тенденция к заметному снижению в образах власти потребности в любви. Наше общество научилось решать свои проблемы без помощи власти и уже намного меньше ждет от нее помощи и поддержки.

В-четвертых, содержательное наполнение образов власти показывает те ожидания к ней, которые на данный момент артикулированы в обществе.

Прежде всего получил дополнительное подтверждение отмеченный выше тренд к персонификации власти. Почти для четверти наших респондентов власть – это в первую очередь президент Путин. Очевидно, все остальные субъекты власти (министры, депутаты, губернаторы) с ней не очень ассоциируются, что опрошенные связывают с их неэффективностью.

С 2016 г. произошел значительный скачок в оценке власти как **неэффективной**. Это уже бывало и ранее, как видно из рис. 10. Но следует подчеркнуть важность не столько абсолютных цифр, сколько самого тренда к росту параметра эффективности: и со знаком плюс, и со знаком минус. Для граждан эта тема вышла на первый план. Она обошла и тему коррупции, и тему влияния олигархии, и отсутствия порядка, и управленческого хаоса, от которого страна давно устала. В то же время запрос на стабильность, который был столь высок в 1990-е и 2000-е, практически сошел на нет. Правда, при этом и тема изменений, развития не заняла его место. Прошедшее празднование 100-летия революции показало, что если тема революции очень значима для власти, то население от этой идеи пока далеко и такого запроса в обществе в целом нет.

Содержательная характеристика, %	2010	2013	2016	2017
Коррупция		9,8	10	5
Авторитарное, тоталитарное, диктаторское	13,6	2,2	9,6	6,6
Демократия	2,9	2,1	4,6	1,7
Олигархия, власть группы		11,7	15,3	11,8
Эффективная, положительная	7,9	11,2	3,3	5,7
Неэффективная	16,3	19,8	1,3	14
Стабильность		6,6	4	0,7
Застой, стагнации		4,5	1	2,6
Беспредел, хаос	8,2	6,9	1	9,7
Путин			3,6	10,9
Президент			10,2	12,6
Управление людьми			1,3	3,1
Другое		20	0	12,3

Рис. 10

В-пятых, смысловое наполнение представлений о власти связано с параметрами силы и активности. В образах реальной власти эти параметры в 2017 г. оказались существенно выше, чем год назад, что объясняется в первую очередь демонстрацией реальных успехов страны и в военном деле, и в гражданской сфере. Но упреки в слабости также весьма часто встречаются в ответах респондентов. Опрошенные отмечают активность власти, хотя часть из них упрекает власть в пассивности (рис. 11).

Сила и активность власти, %					
Оценка силы	2010	2012	2013	2016	2017
Сильный	13	9,9	30,8	18,3	34,2
Слабый	7	20,7	48,8	4,3	27,7
Нейтральный	80	64	9,2	71,4	34,8
Нет ответа	0	5,4	11,2	6	3,3
Оценка активности	2010	2012	2013	2016	2017
Активный	17	14,3	16,3	14,3	43,6
Пассивный	6	7,4	3,1	2,6	10,9
Нейтральный	77	72,9	69,4	77,1	42,2
Нет ответа	0	5,4	11,2	6	3,3

Рис. 11

В-шестых, в отличие от *реальной* власти власть *идеальная* выглядит намного привлекательнее: 49,3% со знаком плюс против 9,2% со знаком минус. Здесь мы тоже наблюдаем снижение обоих типов оценок, что можно понять как снижение интереса к власти и политике.

Идеальный образ намного менее персонифицирован. Запрос на силу в образе идеальной власти снизился на 7%, а на активность, напротив, возрос. Активность власти находится в центре внимания граждан, о чем свидетельствуют и позитивные и негативные оценки. Опрошенные считают, что власть должна «ловить мышей».

2. Образы лидеров

Парламентские выборы привели к тому, что образы всех политиков, включая В.В. Путина, стали меньше интересовать публику. Посмотрим, как изменил прошедший год восприятие конкретных политических лидеров. Для сравнения мы выбрали две группы политиков: во-первых, постоянных участников президентских выборов: Путина, Зюганова, Жириновского, Явлинского. Во-вторых, новых действующих лиц, которые либо сами заявили о желании участвовать в гонке (Собчак, Навальный, Гудков), либо о такой возможности говорят в СМИ (Володин, Дюмин, Поклонская). Как видим, в этот список попали и лояльные власти люди, и представители несистемной оппозиции. И вне зависимости от того, кто из перечисленных деятелей примет участие в выборах, их обсуждают в обществе, их образы являются важным индикатором состояния массового сознания накануне выборов. Нам важно понять, по каким критериям их оценивают граждане, что для них представляет ценность и вызывает интерес в преддверии выборов.

Оценка восприятия политиков проводилась нами на основании данных, полученных в качественном политико-психологическом исследовании, которое позволяет не только описать рациональный пласт образов, но и выявить неосознаваемые реакции граждан. Начнем с *рациональных* оценок всех 10 политиков. Ряд политиков из списка 2017 г. не были объектом исследования в 2016 г.

Узнаваемость является важным психологическим параметром восприятия (рис. 12).

Так, обращает на себя внимание снижение узнаваемости двух таких давних участников политической сцены, как Зюганов и Явлинский. Смена поколений избирателей является первым объяснением этого тренда. И это поколение, которое черпает информацию не столько из традиционных СМИ, сколько из Интернета, где оно намного реже, чем в традиционных СМИ, ви-

дит образы Зюганова и Явлинского. Вторым объяснением является безусловное снижение публичной активности этих двух политиков. Столь же давно представленный в политике Жириновский сохраняет абсолютную узнаваемость за счет активного присутствия в медийном пространстве.

Узнаете ли Вы этого человека?	2016	2017
Путин	100	100
Зюганов	95,2	91,7
Жириновский	100	100
Володин	–	36,9
Явлинский	88,7	73
Гудков	–	48,7
Навальный	57,4	81,9
Дюмин	–	22,8
Поклонская	–	82
Собчак	–	97,5

Рис. 12

Именно коммуникативный фактор серьезно влияет на восприятие столь разных в политическом отношении политиков, как Навальный, Поклонская, Собчак. Их узнаваемость приближается к узнаваемости первого лица государства за счет активного присутствия в Интернете. По сравнению с ними спикер ГД Володин и губернатор Дюмин имеют куда меньшую узнаваемость, несмотря на то, что их аппаратные возможности несравнимо больше, чем у оппозиционеров, которые традиционно жалуются на дискриминацию и недопредставленность в СМИ. Здесь напрашивается вывод, что в современной российской политике прочно заняли свое место новые каналы политической коммуникации, с одной стороны, с другой – пришло новое поколение избирателей, которые ориентируются прежде всего на эти каналы, игнорируя или мало используя традиционные СМИ. Эта ситуация накануне президентских выборов приобрела четкие очертания даже по сравнению с парламентскими выборами. Приведенные данные отчетливо показывают, что представители оппозиции чаще опережают представителей власти в умении пользоваться новыми формами коммуникации, если судить по их узнаваемости.

Политические взгляды политиков. В течение всего постсоветского периода убеждения и политические взгляды российских политиков были загадкой для избирателей. Да и сегодня число тех, кто не понимает взгляды даже старожилов вроде Явлинского или Жириновского, не говоря уже о новичках типа Дюмина, Гудкова или Собчак, достаточно велико (рис. 13).

Одобрите ли Вы политические взгляды этого человека? Октябрь 2017, %					
Политики	Да	Нет	Частично	Не знаю его взглядов	Нет ответа
Путин	56,5	12,2	28,6	2,7	0
Зюганов	16,7	48,5	17,4	15,3	2,1
Жириновский	20,5	46,6	25,3	7,5	0
Володин	25,6	34,4	0,6	20	19,4
Явлинский	24,4	31,5	17,1	27	0
Гудков	13,9	36,5	9,6	39,1	0,9
Навальный	12,8	57,8	12,1	14,7	2,6
Дюмин	31,6	27,2	3,2	38	0
Поклонская	28,1	48,5	7,2	16,2	0
Собчак	0	62,5	5	30	2,5

Рис. 13

Число респондентов, которые одобряют политические взгляды В.В. Путина, достаточно велико. Своего максимума этот параметр достиг в памятном 2014 г. сразу после присоединения Крыма (71,1%). Но еще более важно, что накануне нынешних президентских выборов одобрение политических взглядов президента существенно выше (56,5%), чем накануне выборов 2012 г. (38%). Обращает на себя внимание то, что узнаваемость политика не гарантирует его одобрения публикой. Примером этого служит, прежде всего, восприятие К. Собчак, узнаваемость которой почти 100%, а одобрение – 0. С другой стороны, такие плохо узнаваемые политики, как В. Володин и А. Дюмин, тем не менее имеют весьма неплохие показатели по одобрению их политических взглядов.

Привлекательность/непривлекательность того или иного политика на рациональном уровне измерялась по нескольким шкалам: *внешность, психологические, моральные, профессиональные, деловые, политические характеристики*. Кроме того, мы выделили группы таких респондентов, которым в политиках нравится все или ничего, что позволяет определить безусловных сторонников и противников каждого лидера. Здесь самым интересным из политиков является Путин, у которого эти группы практически равны (8,8% тех, кто в нем ничего не приемлет, и 8,2% чистых сторонников). *Внешность*, как наиболее выпуклая черта, отличает образы Дюмина (и со знаком плюс, и со знаком минус), Поклонской (+), Жириновского и Володина. Для президента Путина этот параметр относится к наименее выраженным в его образе и для сторонников, и для противников.

Психологические характеристики (такие как ум, твердость, прямолинейность, воля и т.п.) более всего выделяются в образах Путина, Жириновского и Поклонской со знаком плюс и в образах Собчак, Володина и Навального со знаком минус.

Профессиональные, политические и деловые характеристики отмечают у Путина и его сторонники (74,1%), и противники (56,5%). Чемпионами по непрофессионализму в политике стали новичок Ксения Собчак (70%) и, как ни странно, опытный Зюганов (63,2%).

Как видим, у каждого политика есть свои инструменты воздействия на публику. Путин «берет» профессиональными и психологическими характеристиками, Поклонская – моральными качествами и внешностью, Дюмин и Володин – внешностью и деловитостью, Жириновский – ораторскими данными. То есть тот или иной тип характеристик является доминантой образа (и со знаком плюс, и со знаком минус): политические и деловые качества у Путина, внешность у Дюмина и Володина. Загадкой остается, как избиратели будут выбирать между волевым и красивым, умным и порядочным. Возможно, они пойдут от противного, отсеяв тех, кто им неприятен. Но скорее всего наряду с привлекательностью они примут во внимание и иные параметры образов, такие как сила и активность.

Сила/слабость и активность/пассивность. Наряду с привлекательностью сила и активность являются неперенными атрибутами образов политиков. При этом мы измеряли образы по шкалам-континуумам, где наряду с позитивным полюсом присутствовали и негативные оценки этих качеств. Так же, как и с привлекательностью, у ряда политиков параметры силы и слабости являются выпуклыми и в позитивном, и в негативном спектрах их

образов. Так, в образе Путина активность является доминантой. Она нравится 53,1% и не нравится 19,7% опрошенных. Среди наиболее частых упреков президенту выделяется противоположное качество – пассивность (37,4%). То же относится и к силе. Он воспринимается как самый сильный политик (37,4%), но и упреки в слабости звучат от 36,1% респондентов. При этом самым слабым, по оценке наших респондентов, является Явлинский, а пассивность больше всего не устраивает в образе Путина. Мы давно заметили, что активность может быть как преимуществом политика, так и вызывать у граждан недовольство. Для Жириновского она является просто его фирменным знаком и вызывает противоположные чувства в равной степени, как и у Поклонской. А вот Собчак респонденты воспринимают однозначно негативно во многом благодаря ее гиперактивности. Одним из возможных объяснений является широко распространенный гендерный стереотип о «неправильности» активного поведения для женщины.

Мотивы власти. У граждан есть свои «теории» относительно того, зачем политики идут во власть. И независимо от того, насколько приписываемые им мотивы соответствуют действительности, этот параметр играет важную роль в восприятии политиков обществом. Анализ всего множества ответов на этот открытый вопрос позволил нам сгруппировать их в несколько категорий: власть ради власти, власть ради денег, амбиции, власть для дела и власть этому человеку и не нужна (марионетка) (рис. 14).

Зачем, как вы думаете, этому человеку нужна власть? (возможно несколько вариантов ответа), %						
Политики	Власть нужна ради власти	Власть нужна ради денег	Власть нужна ради амбиций	Власть нужна, чтобы делать дело	Власть не нужна	Другое
Путин	38,1	6,8	12,9	53,7	4,1	6,8
Зюганов	24,3	11,1	17,4	37,5	12,5	3,5
Жириновский	19,9	13	23,3	31,5	15,1	13
Володин	23,1	35,6	35	7,5	0	8,1
Явлинский	27	23,4	22,5	33,3	7,2	3,6
Гудков	37,4	33,9	40,9	27	2,6	2,6
Навальный	31,9	34,5	31,9	33,6	12,1	9,5
Дюмин	16,5	31,6	38,6	28,5	5,7	3,8
Поклонская	13,8	12	46,1	31,1	10,2	9
Собчак	10	15	30	20	27,5	20

Рис. 14

Власть ради власти опрошенные приписывают не только находящемуся у власти президенту, но и двум оппозиционным политикам – Гудкову и Навальному. Они полагают, что меркантильными мотивами руководствуются и Володин, и Гудков, и Навальный, и Дюмин, и Явлинский. Следует отметить, что на протяжении всего периода наблюдений с 1993 г. большинству российских политиков опрошенные приписывают этот тип мотивов просто потому, что считается, что политика – это грязное дело. Так что это вполне вписывается в расхожие стереотипы. А вот мотив «власть ради дела» отмечалась опрошенными в предыдущие годы значительно реже. Кроме Путина возникала когда-то фигура Лужкова, вот и весь список. Начиная с 2016 г. мы видим удивительный рост этого мотива применительно к самым разным политикам: и системной, и несистемной оппозиции, и людям во власти. Видимо, гражданам очень хочется верить, что в политику пришли люди, готовые взять власть не ради денег, амбиций или банального властолюбия, а для того,

чтобы помочь народу. Этот запрос четко сформировался и требует определенного поведения от политиков. В этом отношении образ Путина максимально приближается к ожиданиям граждан. В настоящий момент данный показатель достиг своего максимума за все годы наших наблюдений (53,7%).

Поведенческие установки респондентов. Наиболее важный поведенческий компонент установки замерялся вопросом, который обычно задают социологи: «Если этот человек будет баллотироваться на пост Президента, будете ли вы за него голосовать?» (рис. 15).

Если этот человек будет баллотироваться на пост Президента России, будете ли Вы за него голосовать?, %					
Политики	Да	Нет	Не знаю / нет ответа	Не пойду на выборы	Нет ответа
Путин	63,9	18,4	15	2,7	0
Зюганов	5,6	86,7	6,3	1,4	0
Жириновский	7,5	87,7	4,1	0,7	0
Володин	12,5	75	11,9	0,6	0
Явлинский	12,6	73,9	9	4,5	0
Гудков	9,6	73	12,2	3,5	1,7
Навальный	14,7	70,7	9,4	5,2	0
Дюмин	17,1	67,7	14,6	0,6	0
Поклонская	11,4	81,4	7,2	0	0
Собчак	5	77,5	12,5	2,5	2,5

Рис. 15

В приведенных выше данных обращает на себя внимание несколько моментов. Во-первых, очень высокий уровень поддержки президента, если он пойдет на новый срок. Этот уровень значительно выше того, который был в 2012 г. (31,9%).

Во-вторых, низкие цифры нежелания идти на выборы (на уровне декларации). У разных политиков эти цифры отличаются, отражая настроения именно их электоратов. Так, больше всего сторонников Навального, Явлинского, Гудкова не собираются голосовать.

В-третьих, любопытная деталь касается неопределившихся. Как ни странно, к ним относятся прежде всего сторонники Путина. Казалось бы, он давно на политической сцене и с отношением к нему можно бы и определиться. Но выясняется, что 15% опрошенных пока не решили, будут ли они его поддерживать. Это можно объяснить только тем, что Путин очень долго уходил от объявления своих намерений и его электорат до конца не отобилизован. Хотя, если посмотреть на динамику по этому вопросу, то мы увидим, что его поддержка сейчас выше, чем год назад, хотя и несколько ниже, чем в 2014 г. (рис. 16).

Если этот человек будет баллотироваться на пост президента России, будете ли Вы за него голосовать? (Да), %						
	2011	2012	2013	2014	2016	2017
Путин	54,0	31,9	23,9	68,0	58,1	63,9

Рис. 16

Неосознаваемые компоненты восприятия политиков. Наши исследования показывают, что далеко не все, что чувствуют граждане, они могут и хотят озвучить интервьюерам. Поэтому их неосознаваемые реакции представляют для нас особый интерес. Мы их замеряли посредством ряда ассоци-

аций, которые затем кодировали и шкалировали по параметрам привлекательности, силы и активности.

Наиболее высокий уровень неосознаваемой **привлекательности** был выявлен в образах Поклонской (68,9%), Путина (68%) и Володина (65,3%). У последнего, правда, и уровень непривлекательности весьма высок (42,5%). Высокие значения привлекательности показали и образы Володина, Явлинского и Гудкова. В то же время непривлекательными показались нашим респондентам Жириновский, Зюганов и Навальный. Эти противоречия в процессе восприятия во многом связаны и с глубиной восприятия, и с тем, что наши методики фиксируют не политические, а чисто личностные характеристики образов.

Второй параметр неосознаваемых образов – **сила**. Здесь мы тоже получили весьма нетривиальные результаты. Ожидаемо, что самым сильным из всех политиков видится респондентам президент (70,1%) Производит впечатление силы и губернатор Дюмин (55,1%). Но вот третье место Собчак (55%) объяснить гораздо сложнее. Скорее всего, оценивались ее физические данные. В то же время масштаб личности у этих трех политиков оценивается весьма по-разному. Если Путин и Дюмин воспринимаются как крупные персоны, то Собчак скорее, как средняя по масштабу личности. Самым мелким из всех воспринимается Гудков.

На неосознаваемом уровне **активность** выглядит отлично от рациональных оценок. Активность и даже агрессивность рассматривается нашими респондентами для политиков исключительно как аргумент в их пользу. Наиболее активными опрошенным видятся Путин, Дюмин, Жириновский. Наименее активны, с их точки зрения, Собчак, Зюганов, Гудков, Володин. Как видим, в образах Поклонской и Собчак на неосознаваемом уровне не работают те гендерные стереотипы, которые нами выявлены на рациональном уровне: обе дамы не воспринимаются как активные (агрессивные). Более того, образ Поклонской воспринимается неосознанно как самый женственный.

Неосознаваемые оценки *лидерского потенциала* политиков показали, что Путин по-прежнему находится на недостижимой для соперников позиции: 36,7% воспринимают его как «природного» лидера. Самый близкий к нему Дюмин имеет лишь 17,7%. Как показали ассоциативные тесты, в образах Путина, Поклонской и Навального сильны характеристики *самостоятельности*. А вот Зюганов, Жириновский, Гудков и Навальный кажутся опрошенным не просто несамостоятельными, а играют роль чьих-то «слуг». На неосознаваемом уровне респонденты угадывают скрытый *меркантилизм* в образах Поклонской, Володина, Навального и Собчак. Причем в образе Собчак на бессознательном уровне – это наиболее выпуклая характеристика, по которой она опережает всех возможных кандидатов в президенты. Среди ассоциаций есть одна, наиболее опасная для политика, – это образ «жертвы», и она встречается прежде всего в образе Поклонской. Столь же неблагоприятно неосознаваемое восприятие и для Зюганова, у которого ранее эта ассоциация отсутствовала.

3. Выводы

Если посмотреть на описанные выше результаты, то можно выделить две составляющие. Во-первых, это определенные содержательные моменты, которые можно выявить в представлениях, ценностях, образах, потребностях и

мотивах воспринимающих, а во-вторых, это сама политическая «оптика», показывающая изменения, происходящие в характере восприятия политики, власти, лидеров. Оба эти ракурса важны для оценки того, как состояние общества может повлиять на электоральное поведение.

Начнем с содержательных аспектов восприятия.

Первый тренд, который следует отметить, касается восприятия власти в ее различных проявлениях (ветви, институты, формы и уровни власти). Наша политическая культура справедливо описывается как государствоцентрическая. На протяжении всего постсоветского периода, при всей критичности населения в адрес чиновников, образы государства имели исключительно позитивный характер и высокий авторитет. В последний год наметились некоторые позитивные сдвиги в восприятии политических партий, законодательной власти, президента, правительства. Однако сложились и негативные тенденции. Опрошенным стали чаще замечать, что государство «перестало заботиться о престарелых, больных и детях», что «закон строго не наказывает тех, кто угрожает жизни людей». Снизилось, хотя и незначительно, число тех, кто готов подчиняться государству. Одновременно опрошенные приписывают судам и прокуратуре снижение влияния в обществе. Все эти тенденции говорят об определенном снижении авторитета государства.

Второй вывод касается общего психологического состояния массового политического сознания. Налицо признаки демобилизации, политической апатии, что выражается в падении интереса к политике, снижении готовности участвовать в разных формах электорального поведения (в частности, и избирать, и быть избранными). В то же время несколько возросло желание участвовать в митингах. Накануне президентских выборов такое состояние общества можно назвать фактором риска. Сравнение данных октября 2017 с данными, полученными после парламентских выборов 2016 г., позволяет предположить, что тенденция, сложившаяся тогда под влиянием вялой избирательной кампании, продолжает влиять на общество и до сих пор.

Третий вывод. Ценностные параметры не меняются столь быстро, как настроения. Как и раньше, важными для граждан остаются ценности свободы и прав человека, следом за которыми идет ценность сильного государства. Если первые две ценности входят в либеральный набор, то третья – явно ему противоречит. Формирование систем политических ценностей в форме идеологий довольно сложно идет в течение всех постсоветских лет. Говорить о целостных и непротиворечивых идеологических системах сегодня явно преждевременно. Но наши данные показывают, что события последних трех лет привели к формированию в обществе определенного расклада политических сил, который характеризуется, с одной стороны, стабильным идеологическим «центром» в лице «демократов» и «консерваторов», а с другой – сохранением в крупных мегаполисах довольно серьезных либеральных настроений, которые хотя и снизились за последние годы, но не так сильно, как снизилась доля социалистов и коммунистов. Здесь важно, что радикальные взгляды в целом практически сошли на нет.

Четвертый вывод. Запросы, которые на сегодняшний день сформировались в обществе по отношению к власти, изменились по сравнению с предыдущим электоральным циклом. Если в 2012 г. основными требованиями к власти были наведение порядка, сохранение стабильности, борьба с коррупцией

и олигархами, то сейчас первое место среди социальных запросов занимает требование эффективности власти, ее профессионализма. Это подтверждается и нашими данными относительно запросов на определенный тип политика, от которого ждут, прежде всего, не только внешней привлекательности, силы, красноречия или личной незапятнанности в коррупционных скандалах, но и профессионализма, заботы о людях и внятной политической стратегии.

Литература

1. Лапкин В.В., Семенов И.С. «Человек политический» перед вызовами «infomodernity» // Полис. Политические исследования. 2013. № 6. С. 64–81.
2. Шестопал Е.Б. Психологические особенности российских политических элит и рядовых граждан // Политическая экспертиза: ПОЛИТЭК. 2015. Т. 11, № 3. С. 5–15.
3. Bruner J., Postman L. Perception Cognition and Behavior – Journal of Personality. 1949. Vol. 18, № 1. P. 14–31.
4. Bruner J., Jerome S., Goodman C. Value and Need as Organizing Factors in Perception // Journal of Abnormal and Social Psychology. 1947. Vol. 42, № 1. P. 33–44.
5. Zebrowitz L. Social Perception (Mapping Social Psychology). Buckingham: Open University Press, 1990. 240 p.
6. 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. M.P. Zanna. New York: Academic Press, 1990. Vol. 23. P. 1–74.
7. Шестопал Е.Б. Психологический профиль российской политики 1990-х: Теоретические и прикладные проблемы политической психологии. М.: РОССПЭН, 2000. 431 с.
8. Шестопал Е.Б., Нестерова С.В., Букреева О.В., Смутькина Н.В., Затонских А.В., Титов В.В. Образ кандидатов в президенты 2012 в массовом сознании // Власть. 2012. № 3. С. 186–190.
9. Шестопал Е.Б. Изменения в восприятии гражданами политиков после выборов 2012 г. в России // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. 2013. № 3 (23). С. 7–13.
10. Палитай И.С., Шестопал Е.Б. Психологические особенности восприятия политических партий в современной России // Вестник Московского университета. Серия 12. Политические науки. 2014. № 4. С. 28–51.
11. Шестопал Е.Б. Политическая психология: элиты, массы и образ России // Мы и мир. Психологическая газета. 2015. № 10 (230). С. 1–3.
12. Шестопал Е.Б. Восприятие В.В. Путина российскими гражданами: 15 лет пребывания во власти // Полис. Политические исследования. 2015. № 6. С. 68–80.
13. Шестопал Е.Б., Зверев А.Л., Нестерова С.В., Смутькина Н.В. Психологическое состояние массового политического сознания российских граждан после выборов в Государственную Думу РФ 2016 г. // Политическая наука. 2016. Специальный выпуск. С. 127–148.
14. Шестопал Е.Б. Образ и имидж в политическом восприятии: актуальные проблемы исследования // Образы государств, наций и лидеров / под ред. Е.Б. Шестопал. М.: Аспект Пресс, 2008. С. 8–24.
15. De Landtsheer C., De Vries Ph., Vertessen D. Political Impression Management: How Metaphors, Sound Bites, Appearance Effectiveness, and Personality Traits Can Win Elections // Journal of Political Marketing. 2008. Vol. 7, № 3–4. P. 217–238.
16. Parker-Stephen E. Political Perception and the Micro-Macro Paradox [Electronic resource] Paper presented at the annual meeting of the Midwest Political Science Association. 35 p. Electronic data. Chicago, Illinois., 2004. URL: http://citation.allacademic.com/meta/p_mla_apa_research_citation/0/8/2/5/7/pages82571/p82571-5.php (access date: 08.01.2016).
17. Пицеева Т.Н. Политические образы: проблемы исследования и интерпретации // Полис. Политические исследования. 2011. № 2. С. 47–52.
18. Палитай И.С., Затонских А.В. Особенности восприятия современных российских политических партий // Вестник Московского университета. Серия 12. Политические науки. 2012. № 2. С. 83–95.
19. Букреева О.В. Сравнительный анализ рационального и бессознательного компонентов образов власти в современной России: дис. ... канд. полит. наук. М., 2013. 154 с

20. Зверев А.Л., Палитай И.С., Rogozar' A.И., Смутькина Н.В. Особенности политического восприятия в современных российских условиях // Полис. Политические исследования. 2016. № 3. С. 40–54.

21. Психология политического восприятия в современной России / под ред. Е.Б. Шестопал. М.: РОССПЭН, 2012. 423 с.

22. Путин 3.0: общество и власть в новейшей истории России / под ред. Е.Б. Шестопал. М.: РОССПЭН, 2015. 420 с.

23. *New Trends in Russian Political Mentality: Putin 3.0.* / Ed. E.B. Shestopal. Lanham; Boulder; New York; London: Lexington Books. 2016. 414 p.

24. Нестерова С.В. Визуальные и вербальные характеристики образов власти // Политическая психология: хрестоматия / сост. Е.Б. Шестопал. 3-е изд., испр. и доп. М.: Аспект Пресс, 2011. С. 401–412.

Shestopal Elena B. Lomonosov Moscow State University (Moscow, Russian Federation)

E-mail: shestop0505@rambler.ru

DOI: 10.17223/1998863X/41/22

PSYCHOLOGICAL SWINGS IN MASS POLITICAL MENTALITY OF RUSSIAN CITIZENS BEFORE PRESIDENTIAL ELECTIONS OF 2018

Key words: Psychological status of Russian society, images of authority and leaders, Presidential elections of 2018.

This article analyzes the psychological transformations in Russian society before 2018 Presidential elections in comparison with the previous period. The study was carried out in several Russian regions in October 2017 and had a qualitative-quantitative character. This political-psychological study differs from the standard sociological polls in its' focus on emotional side of the images that enables us to reveal not only rational layer of the image but also to describe the unconscious one. Comparison of rational and unconscious aspects of authorities' and leaders' perception gives grounds for a more precise forecast of electoral behavior. The study undertaken in several Russian regions in October 2017 had two parts. The first part is focused on respondents' images of authorities, their political attitudes, concepts, values and images, as the second part deals with images of those Russian politicians who can take part in presidential elections of 2018. The article comes to a conclusion that while parliamentary elections of 2016 that were evaluated by experts as rather dull, still evoked some public interest, more important Presidential elections up to now were unable to mobilize the society. Political interest even declined and images of all politicians including Putin interest public less than before. Such political apathy and demobilization of society in a situation of serious external threats and attempts of insystemic opposition to destabilize the country from inside can cause a low level of turnout as well as general unpreparedness to sharp turns. The article shows that during a last year there was a growth of perception of authorities as ineffective. This evaluation have rowed down the topic of corruption, influence of oligarchs and managerial chaos. Institute of presidency seems still to be the most influential in citizens' eyes (94.3%). Our data have proved that citizens expect from politicians in general and presidential candidates in particular quite particular power motivation. Today voters will support politicians who go into politics not for money, ambitions or power as such but those who do something for people. This demand is clearly articulated these days and demand particular political behavior. In this respect Putin's image is most close to people's expectations (53.7% of those who see this type of motive in him). In general, we have found that that today's demands of the society towards authorities have changed since the previous electoral cycle. Whilst in 2012 the order, stability and struggle against corruption and oligarchs were the main demands to authorities, in 2017 it is the demand of efficacy and professionalism that dominate

References

1. Lapkin, V.V. & Semenenko, I.S. (2013) "Homo politicus" vs challenges of "nfomodernity". *Polis. Politicheskie issledovaniya – Polis. Political Studies*. 6. pp. 64–81.

2. Shestopal, E.B. (2015) Psikhologicheskie osobennosti rossiyskikh politicheskikh elit i ryadovykh grazhdan [Psychological features of Russian political elites and regular citizens]. *Politicheskaya ekspertiza: POLITEKS*. 11(3). pp. 5–15.

3. Bruner, J. & Postman, L. (1949) Perception Cognition and Behavior. *Journal of Personality*. 18(1). pp. 14–31. DOI: 10.1111/j.1467-6494.1949.tb01229.x

4. Bruner, J., Jerome, S. & Goodman, C. (1947) Value and Need as Organizing Factors in Perception. *Journal of Abnormal and Social Psychology*. 42(1). pp. 33–44. DOI: 10.1037/h0058484

5. Zebrowitz, L. (1990) *Social Perception (Mapping Social Psychology)*. Buckingham: Open University Press.
6. Fiske, S. & Neuberg, S. (1990) A Continuum of Impression Formation, from Category-based to Individuating Processes: Influences of Information and Motivation on Attention and Interpretation. In: Zanna, M.P. (ed.) *Advances in experimental social psychology*. Vol. 23. New York: Academic Press. pp. 1–74.
7. Shestopal, E.B. (2000) *Psikhologicheskii profil' rossiyskoy politiki 1990-kh. Teoreticheskie i prikladnye problemy politicheskoy psikhologii* [Psychological profile of Russian politics in the 1990s. Theoretical and applied problems of political psychology]. Moscow: ROSSPEN.
8. Shestopal, E.B., Nesterova, S.V., Bukreeva, O.V., Smulkina, N.V., Zatonskikh, A.V. & Titov, V.V. (2012) Obraz kandidatov v prezidenty 2012 v massovom soznanii [The image of presidential candidates in 2012 in the mass consciousness]. *Vlast' – Power*. 3. pp. 186–190.
9. Shestopal, E.B. (2013) Izmeneniya v vospriyatii grazhdanami politikov posle vyborov 2012 g. v Rossii [Changes in people's perception of politicians after the 2012 elections in Russia]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filosofiya. Sotsiologiya. Politologiya – Tomsk State University Journal of Philosophy, Sociology and Political Science*. 3(23). pp. 7–13.
10. Palitay, I.S. & Shestopal, E.B. (2014) Psikhologicheskie osobennosti vospriyatiya politicheskikh partiy v sovremennoy Rossii [Psychological features of the perception of political parties in modern Russia]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 12. Politicheskie nauki*. 4. pp. 28–51.
11. Shestopal, E.B. (2015) Politicheskaya psikhologiya: elity, massy i obraz Rossii [Political psychology: The elite, masses and the image of Russia]. *My i mir. Psikhologicheskaya gazeta*. 10 (230). pp. 1–3.
12. Shestopal, E.B. (2015) Dynamics of Putin's Perception in Russian Society (2000–2015). *Polis. Politicheskie issledovaniya – Polis. Political Studies*. 6. pp. 68–80. (In Russian).
13. Shestopal, E.B., Zverev, A.L., Nesterova, S.V. & Smulkina, N.V. (2016) Psikhologicheskoe sostoyanie massovogo politicheskogo soznaniya rossiyskikh grazhdan posle vyborov v Gosudarstvennuyu Dumu RF 2016 g. [Psychological state of the mass political consciousness of Russian citizens after the elections to the Russian Federation State Duma in 2016]. *Politicheskaya nauka*. Special Issues. pp. 127–148.
14. Shestopal, E.B. (2008) Obraz i imidzh v politicheskom vospriyatii: aktual'nye problemy is-sledovaniya [Image in political perception: Current problems of research]. In: Shestopal, E.B. (ed.) *Obrazy gosudarstv, natsiy i liderov* [Images of states, nations and leaders]. Moscow: Aspekt Press. pp. 8–24.
15. De Landtsheer, C., De Vries, Ph. & Vertessen, D. (2008) Political Impression Management: How Metaphors, Sound Bites, Appearance Effectiveness, and Personality Traits Can Win Elections. *Journal of Political Marketing*. 7(3–4). pp. 217–238. DOI: 10.1080/15377850802005083
16. Parker-Stephen, E. (2004) Political Perception and the Micro-Macro Paradox. [Online] Available from: http://citation.allacademic.com/meta/p_mla_apa_research_citation/0/8/2/5/7/pages82571/p82571-5.php. (Accessed: 8th January 2016).
17. Pishcheva, T.N. (2011) Political images: problems of investigation and of interpretation. *Polis. Politicheskie issledovaniya – Polis. Political Studies*. 2. pp. 47–52. (In Russian).
18. Palitay, I.S. & Zatonskikh, A.V. (2012) Osobennosti vospriyatiya sovremennykh rossiyskikh politicheskikh partiy [Peculiarities of perception of modern Russian political parties]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 12. Politicheskie nauki*. 2. pp. 83–95.
19. Bukreeva, O.V. (2013) *Sravnitel'nyy analiz ratsional'nogo i bessoznatel'nogo komponentov obrazov vlasti v sovremennoy Rossii* [Comparative analysis of the rational and unconscious components of power images in modern Russia]. Political Studies Cand. Diss. Moscow.
20. Zverev, A.L., Palitay, I.S., Rogozar, A.I. & Smulkina, N.V. (2016) Specifics of Political Perception in Contemporary Russia. *Polis. Politicheskie issledovaniya – Polis. Political Studies*. 3. pp. 40–54. (In Russian).
21. Shestopal, E.B. (ed.) (2012) *Psikhologiya politicheskogo vospriyatiya v sovremennoy Rossii* [Psychology of political perception in modern Russia]. Moscow: ROSSPEN.
22. Shestopal, E.B. (ed.) (2015) *Putin 3.0: obshchestvo i vlast' v noveyshyey istorii Rossii* [Society and Power in the Recent History of Russia]. Moscow: ROSSPEN.
23. Shestopal, E.B. (2016) *New Trends in Russian Political Mentality: Putin 3.0*. Lanham – Boulder – New York – London: Lexington Books.
24. Nesterova, S.V. (2011) Vizual'nye i verbal'nye kharakteristiki obrazov vlasti [Visual and verbal characteristics of images of power]. In: Shestopal, E.B. (ed.) *Politicheskaya psikhologiya* [Political psychology]. 3rd ed. Moscow: Aspekt Press. pp. 401–412.