

ОСОБЕННОСТИ ПОЛИТИЧЕСКОГО ВОСПРИЯТИЯ В СОВРЕМЕННЫХ РОССИЙСКИХ УСЛОВИЯХ

А.Л. Зверев, И.С. Палитай, Н.В. Смулькина, А.И. Рогозарь

ЗВЕРЕВ Андрей Леонидович, кандидат политических наук, доцент кафедры социологии и психологии политики факультета политологии МГУ им. М.В. Ломоносова. Для связи с автором: zveandr@mail.ru; **ПАЛИТАЙ** Иван Сергеевич, кандидат социологических наук, старший преподаватель кафедры социологии и психологии политики факультета политологии МГУ им. М.В. Ломоносова. Для связи с автором: 8321532@gmail.com; **СМУЛЬКИНА** Наталья Валентиновна, кандидат политических наук, младший научный сотрудник кафедры социологии и психологии политики факультета политологии МГУ им. М.В. Ломоносова. Для связи с автором: smulkina@mail.ru; **РОГОЗАРЬ** Анна Ивановна, аспирант кафедры социологии и психологии политики факультета политологии МГУ им. М.В. Ломоносова. Для связи с автором: anna_rogozar@mail.ru

Статья поступила в редакцию: 27.01.2016. Принята к печати: 22.02.2016

Аннотация. Данная статья посвящена исследованию феномена политического восприятия в России, которое уже более 15 лет проводится на кафедре социологии и психологии политики факультета политологии МГУ. В центре внимания авторов находятся сложившиеся в массовом сознании граждан образы политических лидеров, власти и ее институтов и политических партий. Анализ эмпирических данных за 2013–2014 гг., а также за предыдущие годы позволил выявить некоторые тенденции и особенности в политическом восприятии в условиях нового политического контекста, сложившегося в ходе третьего президентского срока В. Путина. Результаты исследования позволяют говорить о том, что состояние массового сознания при всей его сложности и многомерности становится более однородным. К тому же можно констатировать, что к 2014 г. в обществе сложился ценностный консенсус, зревший десятилетие до этого и пришедший на смену мозаичному сознанию 2000-х годов. Экономические проблемы и обострение международной обстановки не дестабилизировали ситуацию в стране, а способствовали консолидации общества и возвращению к традиционным ценностям российской политической культуры: справедливости, патриотизму. Залогом успешного политического развития граждане считают создание сильного государства, самостоятельно определяющего свой путь, в том числе и формы демократического устройства. В период исследований также наблюдается тенденция к росту числа тех граждан, у которых актуализирована потребность в безопасности (потребность в стабильности и наведении порядка).

Ключевые слова: политическое восприятие; образ власти; образ политического лидера; образ партии; политический контекст; массовое сознание; ценности.

МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ ПОЛИТИЧЕСКОГО ВОСПРИЯТИЯ

В рамках данной статьи предпринимается попытка выявления новых трендов политического восприятия власти, лидеров, партий российским массовым сознанием. Важной задачей исследования было описание содержательных компонентов основных политических образов в текущем электоральном цикле. Специфика формирования политических образов в массовом сознании россиян обусловлена современным политическим контекстом, рассмотрение особенностей которого в настоящее время представляется актуальным и значимым.

Исследование, положившее начало эре изучения восприятия гражданами окружающей действительности и получившее название *New Look*, объединило

большую группу психологов во главе с Дж. Брунером и Л. Постманом [Bruner, Postman 1949]. Они пришли к выводу, что восприятие обусловлено потребностями, ожиданиями, мотивациями и ценностным восприятием объекта [Bruner, Jerome, Goodman 1947]. Современные психологические трактовки процесса политического восприятия разрабатываются в рамках трех теорий. Согласно структуралистской концепции, восприятие производно от внешних стимулов и представляет собой интерпретацию получаемой извне информации. С когнитивных позиций восприятие происходит за счет здравого смысла и массива ранее усвоенной личностью информации, а экологическая концепция делает упор на субъективизме восприятия, где особая роль отводится установке [Zebrowitz 1990: 4-6].

В современной политической психологии в структуре установки принято выделять три уровня: когнитивный, эмоциональный (аффективный) и поведенческий. С их помощью в отечественной политической психологии выявляются представления граждан о власти, демократии, лидерах и др. [Шестопап 2002: 69-75; 141-149; 184-188]. Сам процесс политического восприятия наиболее полно отражен в “модели перцептивного континуума” и состоит из трех стадий: первичной категоризации (происходит бессознательно, итог – когнитивная абстракция), подтверждения в заданном контексте (верификация категоризации) и уточнения (рекатегоризация) [Fiske, Neuberg 1990].

Специфика политического восприятия обусловлена различиями в ходе интерпретации получаемой информации, разной степенью доступа к этой информации, а также особенностями когнитивного стиля и поведения субъекта в ситуации “информационного пробела” [Woon 2007: 5]. Все это характеризует политическое восприятие как селективное, логичное либо алогичное, часто неосознанное и аффективное [Политология 2008: 439]. Результатом восприятия является образ политической власти, под которым в российской политической психологии понимается отражение политической власти, личности лидера, политических институтов и иных феноменов политики в массовом и индивидуальном сознании граждан [Шестопап 2008: 12-13].

При этом на уровне индивида образы строятся часто интуитивно, как правило, эмоционально формируя впечатления о значимых политических акторах и политических событиях [De Landtsheer, De Vries, Vertessen 2008: 218]. А вот на уровне групповых политических представлений образы в большей мере рациональны, чем у отдельных граждан, что создает “микро- макропарадокс” [Parker-Stephen 2004: 5]. Иначе говоря, изучение политических образов сегодня идет как на уровне рационального, так и на уровне бессознательного компонентов и сопряжено с анализом отдельных аспектов политического восприятия – его имплицитных и эксплицитных основ, а также концепта и структуры политического образа. При этом если в зарубежной политической психологии акцент делается на проблематике процесса и факторов политического восприятия, то в фокусе внимания многих российских исследователей – политические образы как итог восприятия [Букреева 2013: 7].

Эти два подхода соединяются в рамках факторной модели политического восприятия, разрабатываемой отечественной научной школой политической психологии под руководством Е.Б. Шестопап на кафедре социологии и психологии политики факультета политологии МГУ. Согласно данной модели, факторы, влияющие на формирование образа политического объекта в сознании

воспринимающего индивида, делятся на пять групп: объектные, субъектные, пространственные, темпоральные, коммуникативные [Смутькина 2013; Путин 3.0... 2015: 11-78; New Trends... 2016: 3-64].

Сама структура политического образа в рамках школы Е.Б. Шестопаля основывается на когнитивном, эмоциональном и поведенческом уровнях установок, являющихся, по сути, фильтрами получаемой извне информации об окружающем мире. На когнитивном уровне личность воспринимает вербальные компоненты образа, которые в своем сознании рационализирует по следующим трем линиям: привлекательность, сила, активность [Osgood, Suci, Tannenbaum 1957: 47-66]. На эмоциональном уровне индивид в большей мере получает воспринимаемые образы благодаря неосознаваемым им самим (бессознательным) компонентам, часто в виде визуальных картинок, создающихся механизмами первой сигнальной системы. Часто усвоение образов на этом уровне становится определяющим фоном для последующей рационализации получаемой информации. И, наконец, на поведенческом уровне в ситуации выработки рациональной оценки реального политического объекта идет его сравнение с идеальным прототипом. При отсутствии достаточной информации о политическом объекте, либо если он вызывает сильные как положительные, так и негативные эмоции, политический выбор делается благодаря ощущениям, бессознательным оценкам.

Образ власти в исследованиях политического восприятия фиксируется по следующим рационализируемым параметрам: а) общие представления о власти, выявляющие ее субъектность (лидеры, личности, партии, группы, институты), а также действующий режим и иные абстрактные представления; б) реализуемые властью социальные потребности граждан (материальные потребности, потребности в безопасности, любви, самореализации); в) эмоциональный знак восприятия власти (негатив, позитив, нейтральный, амбивалентный); г) четкость или размытость воспринимаемого образа; д) когнитивная бедность или сложность образа; е) наличие или отсутствие субъектности образа.

Для анализа образа на неосознаваемом уровне восприятия эффективно используется проективный тест “Психологический рисунок власти”. При интерпретации изображений власти применяется схема:

– *когнитивная составляющая* (острота форм, тяжесть, завершенность, повторяемость форм, когнитивная сложность или простота, симметричность, целостность картинки, детализированность);

– *эмоциональная составляющая* (привлекательность, абстрактность или конкретность изображения, сила, агрессивность);

– *поведенческая составляющая* (динамичность изображения, наличие субъекта, направленность или центрированность, активность изображенных субъектов, наличие или отсутствие объекта применения власти, т.е. народа);

– *мотивационный компонент* (размер рисунка, плотность заполнения листа, прорисованность изображения (качество линий, наличие показателей динамичности));

– *смысловой компонент* (или *предметность*): стереотипность или самостоятельность, образы-символы или оригинальные образы индивида.

При исследовании *образов политических лидеров* используется схожий с изучением образа власти инструментарий. Согласно исследовательской

стратегии, выявляются: узнаваемость политического лидера; его сила (способность оказывать влияние, лидерский потенциал); привлекательность (внешность политика, телесные характеристики, моральные, психологические, деловые и политические качества, соотношения позитива и негатива ко всем названным качествам); активность (отношение к исполнению властных полномочий, к внешним проявлениям, с которыми граждане ассоциируют политика); мотивационный профиль. Бессознательную привлекательность, силу и активность образа определяют, рассматривая ассоциации изучаемого политика с животным (шкалы привлекательности, агрессивности, масштаба, статусно-ролевой позиции); цветом (шкалы яркости, теплоты, цветового тона) и запахом (шкалы привлекательности, маскулинности, естественности).

И, наконец, модель изучения *образов партий* включает: объект (сами партии, имеющие различия в структуре организации и в программных документах, а также образы лидеров, часто воспринимаемые как символы) и субъект (граждане с мотивационной и идеологической направленностью на поддержку нравящейся им партии с одобряемой системой отстаиваемых ею ценностей и спецификой стереотипного и культурного восприятия партии). На уровне рационального анализа образ изучается по параметрам: четкости или размытости; субъектности (лично-субъектная персонификация – ассоциации с лидером); когнитивной простоты и сложности; знака эмоциональной перцепции (привлекательности / непривлекательности); силы и активности образа каждой партии, их достоинств и недостатков. На бессознательном уровне методом рисуночного теста фиксируются характеристики: привлекательности / непривлекательности, силы, активности, наличие или отсутствие субъектности, уровень лично-субъектной персонификации, когнитивного содержания (сюжетного наполнения рисунков, количество изображенных объектов, их взаимосвязь в сюжете, степень прорисованности изображения) [Шестопад, Палитай 2014: 34-35].

Для изучения современных тенденций политического восприятия, рассмотрения образов политических объектов в динамике были использованы результаты исследований, проводимых кафедрой социологии и психологии политики факультета политологии МГУ им. М.В. Ломоносова с 2000-х годов. Предметом исследования выступили образы российской политики, зафиксированные и проанализированные в электоральном цикле, начавшемся в 2011-2012 гг. Последнее исследование было проведено в апреле 2015 г. В методологии преобладали качественные методы исследования с элементами использования количественных методов, в частности, кодирования и шкалирования ответов на открытые вопросы, а также статистический анализ при обработке количественных данных опроса. Важную роль играл сравнительный метод, позволивший изучить трансформацию образов. Исследование проведено в Москве и регионах России, выборка сбалансирована по полу, возрасту и образованию [Путин 3.0... 2015: 49-72].

В исследовании образов партий использовались методы фокусированного интервью и проективного теста. Было изучено восприятие четырех парламентских партий. В случае рассмотрения образа каждой партии было опрошено по 60 респондентов.

При изучении образов политических лидеров применен метод глубинного интервью с предъявлением респондентам черно-белых фотографий в каче-

стве стимульного материала и использованием фиксированных ассоциаций с животным, цветом и запахом. В фокусе внимания находились образы 16 политиков разных статусно-ролевых позиций (оппозиционеры, парламентарии, губернаторы, политики-администраторы, кандидаты президентских выборов 2012 г.). На разных этапах было получено разное количество интервью по каждому политику (от 80 до 500).

Методология изучения образов власти включала в себя опрос с большим количеством открытых вопросов, глубинные интервью, метод неоконченных предложений, а также метод проективного теста “Рисунок власти”. В исследовании образа власти выборка составила 898 респондентов.

ВЛИЯНИЕ ПОЛИТИЧЕСКОГО КОНТЕКСТА НА ПРОЦЕСС ВОСПРИЯТИЯ

На выработку политических представлений граждан о важнейших политических объектах значительное влияние оказывают происходящие политические события и их последствия, воспроизводящие стабильный характер функционирования существующей политической системы, или, напротив, ввергающие ее в кризис. В период третьего президентства В.В. Путина выделяется ряд изменений в восприятии политики массовым сознанием российских граждан.

Во-первых, повысилось общее эмоциональное восприятие гражданами политических процессов, начиная с протестных событий зимы 2011 – весны 2012 гг. по итогам парламентских и президентских выборов. “Зашкаливание” эмоционального восприятия проявлялось в радикализации оценок итогов деятельности политической власти в первом десятилетии нулевых годов у части граждан и в категоричности высказываний, выразившейся в артикуляции этим электоратом популярного тогда лозунга, что партия “Единая Россия” – это “партия жуликов и воров”.

Во-вторых, причинами массовых протестов граждан стало “возмущение фальсификацией итогов голосования” (в феврале 2012 г. об этом говорили 34%). Протест вызывала и сама “политика властей” (38%), и то, что “основные решения в стране принимаются без участия граждан” (25%)¹. Этот период был пиком протестных настроений, когда идейное меньшинство поддержали отдельные граждане без четких политических ориентиров, впервые выйдя на площади в мегаполисах. Протест против власти тогда выразили и те, кто выступал за курс Путина, что увеличило протестное движение до десятков тысяч. Это было случайное совпадение идейного меньшинства со стихийным настроением отдельных сегментов большинства общества после выборов. В дальнейшем возникло непонимание большинством целей протестных акций из-за слабого идейного подкрепления и резкой риторики лидеров оппозиции при неясности того, чего они хотели добиться от власти.

В-третьих, в этой ситуации, чтобы смягчить противоречия в восприятии внутриполитических процессов, власть перенесла акцент на возрастающую роль России в международных отношениях. Внешняя политика Путина усилила влияние России на международную обстановку. Он смог предотвратить

¹ Пресс-выпуск Аналитического центра Ю. Левады. *Выборы президента, дополнение к презентации, часть 1 – митинги протеста и в поддержку В. Путина, имидж кандидатов*. 24.02.2012. Доступ: <http://www.levada.ru/2012/02/24/vybory-prezidenta-dopolnenie-k-prezentatsii-chast-1-mitingi-protesta-i-v-podderzhku-v-putina-imidzh-kandidatov> (npovepeno 08.01.2016).

вторжение войск западной коалиции в Сирию, а в конце 2015 г. организовал достаточно эффективное уничтожение инфраструктуры так наз. Исламского государства (запрещенного в России террористического “псевдогосударства”) в той же Сирии, фактически оградив от военного свержения режим Б. Асада. Вкупе с событиями на Украине весной 2014 г., когда Россия воссоединилась с Крымом, произошла актуализация в системе национально-государственной идентичности российских граждан державной компоненты, способствовавшей “всплеску” ностальгии у многих людей, прошедших советскую социализацию, о статусе России как супердержавы. Полученная постсоветским массовым сознанием коллективная “травма”, связанная с распадом СССР и утратой влияния России на международной арене в 1990-х – начале 2000-х годов, компенсируется самостоятельным внешнеполитическим курсом РФ, что и стало основой поддержки нынешнего курса Путина.

В-четвертых, данная поддержка обеспечивается во многом за счет так наз. *путинского большинства*, формирующегося из бюджетников, пенсионеров, чиновников и силовиков – иначе говоря, из тех, кто получает доходы из бюджета государства. Их поддержка стала внутренним политическим приоритетом Путина, что нашло отражение в семи его предвыборных статьях 2012 г. С оглядкой на это большинство президент актуализирует опасность внешней угрозы при реальном снижении потребительских возможностей граждан. Введенные США и странами ЕС экономические санкции на фоне “игры на понижение” цен на нефть стран – экспортеров нефти стали серьезным вызовом российской экономике. В условиях снижения уровня социально-экономического благополучия граждан фрустрация социальной мотивации достигает такого уровня, когда приоритетной становится потребность в безопасности и стабильности. Потому консервативный тренд политики Путина вновь оказывается востребованным и, наоборот, либерализм, ассоциируемый с политикой Запада и курсом радикальных реформ 1990-х годов, вновь воспринимается как потенциальная угроза стабильному функционированию политической системы.

ВОСПРИЯТИЕ ПОЛИТИЧЕСКИХ ПАРТИЙ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

Начнем описание результатов исследования образов российских партий с параметров силы и активности.

“Единая Россия”, как и прежде, остается самой сильной и активной партией (82% и 66%). Связано это, вероятно, с тем, что в системе нынешней власти она занимает положение, максимально приближенное к центру принятия решений. На втором месте по этим же показателям – КПРФ (12 и 16% соответственно). “Справедливая Россия”, несмотря на относительно высокий процент по шкале активности (18%), имеет крайне низкий показатель силы – всего 4%. В конце списка находится ЛДПР с показателем силы в 1%. Не спасает эту партию даже относительно высокий показатель по шкале активности (44%), многие из респондентов отмечают, что либерал-демократы “активничают только на словах”.

Оценивая привлекательность образов, отметим, что ответы респондентов носили чаще всего нейтральный характер. “Единая Россия” выглядит менее привлекательной, вероятно, в связи с закрепленным в массовом сознании в 2014 г. образом “жуликов и воров” (ЕР – 30%, КПРФ – 56%, СР – 53%, ЛДПР – 56%).

На бессознательном уровне восприятия “Единая Россия” выглядит менее сильной. Показатели силы присутствуют на 73% рисунков, а негативное отношение к партии заметно в 53% случаев. Треть респондентов на бессознательном уровне воспринимает партию “Справедливая Россия” сильной, что, вероятно, можно объяснить молодостью партии и неким авансом от граждан. Образы остальных партий по результатам анализа проективного теста не содержат в себе признаков силы.

“Единая Россия” остается в лидерах и по шкале бессознательной активности (41%). Активность остальных партий в данном случае не превышает 28% (КПРФ – 20%, СР – 25%, ЛДПР – 28%). Что касается оценки бессознательной привлекательности, то здесь примечателен тот факт, что негативное отношение, зафиксированное в результате проведения интервью, в рисуночных тестах проявляет себя в сюжетах ироничного характера. На первом месте здесь стоит “Справедливая Россия” (52%), за ней – КПРФ и ЛДПР (по 28%). В случае самой многочисленной партии позиция респондентов несколько отличается: рисунков “Единой России” с какой бы то ни было положительной эмоциональной окраской выявлено не было, зато практически каждый второй респондент (53%) рисует партию в негативных аспектах.

Опираясь на результаты исследования, можно утверждать, что по сравнению с 2011 г. партия власти практически полностью утратила свою привлекательность в массовом сознании россиян. То же самое можно сказать и про партию коммунистов, которая, по мнению респондентов в 2011 г., во многом несет на себе отпечаток КПСС: та доля привлекательности, которой располагает КПРФ, обусловлена ностальгией по “той” жизни.

После 2011 г. “Справедливая Россия” значительно повысила свою известность (в 2014 г. узнаваемость партии достигла 87%), однако ее образ по-прежнему остается достаточно когнитивно бедным и безликим. Можно констатировать, что СР не реализовала возможности, появившиеся у нее после 2011 г. Партия, несмотря на узнаваемость, все больше ассоциируется с “видимостью оппозиции”, в силу чего, возможно, готовность голосовать за нее в 2014 г. выразило лишь 6,3% против 32% в 2011 г.

Проведенное исследование позволяет утверждать, что близость партии “Единая Россия” к власти порождает двойственное к ней отношение. С одной стороны, ее считают сильной и активной, но с другой – ответственной за все существующие в стране проблемы, которые должна решать политическая элита. В более общем виде можно сказать, что партия, которая воспринимается как провластная или связанная с властью, несет на себе отпечаток негативного образа власти, существующего в России на протяжении всего постсоветского периода. В обществе имеется запрос на проявление оппозиционности, но при этом ни одна из оппозиционных партий не воспринимается как достойная замена существующей власти. Скорее можно говорить о том, что востребованы новые политические структуры в силу слишком долгого пребывания на политической сцене одних и тех же акторов, будь то лидеры или партии. Именно этим можно объяснить те позитивные эмоциональные отклики, которые вызывают новые политические партии и объединения, независимо от их идеологической направленности (например, ОНФ, “Гражданская платформа”). Наши исследования показали, что новые игроки заведомо выигрывают в общественном мнении все последние годы.

Отметим также тот факт, что результаты 2011 и 2014 гг. показали, что в случае с партиями тезис о персонифицированности российской политики получил лишь частичное подтверждение. Единственной партией вождистского типа была и остается ЛДПР. Во всех остальных партиях, независимо от степени привлекательности их лидера, этот фактор играет определенную роль, но наряду с ним на восприятие партии оказывает влияние множество других психологических и политических факторов.

Помимо всего перечисленного, необходимо отметить еще один интересный факт. Несмотря на изменения в партийно-политической системе страны и официально существующую многопартийность, наше исследование показывает, что население по-прежнему ориентируется на привычную однопартийную модель. В ответах респондентов неоднократно прослеживаются суждения относительно искусственности многопартийности. И в 2011 г., и в 2014 г. респонденты тем или иным образом отмечают отсутствие ценностной определенности, а также противоречия между декларативной многопартийностью и распространенными монополистическими политическими практиками. Из всего этого можно сделать вывод о том, что население, равно как и власть, так и не приняло либеральные ценности политического плюрализма.

ВОСПРИЯТИЕ РОССИЙСКИХ ПОЛИТИЧЕСКИХ ЛИДЕРОВ

Опираясь на результаты исследования трансформации образов политиков, выделим особенности восприятия уникальные для текущего электорального цикла. Во-первых, наблюдается снижение значимости для граждан профессиональных и внешних характеристик политиков (например, после декабря 2012 г. упала важность деловых качеств в образах С. Миронова, Г. Зюганова, В. Жириновского). Во-вторых, к декабрю 2013 г. возрастает важность показателей силы и активности. При увеличении конгруэнтности образов их яркость и отчетливость снижается. К уникальной особенности данного периода можно отнести и повышение в декабре 2013 г. психологической непривлекательности в оценках многих политиков. Наибольшие изменения претерпели мотивационные портреты политических лидеров. Заметно то, что происходит переоценка политиков относительно корыстных мотивов на рациональном и бессознательном уровнях восприятия. Если на рациональном уровне упоминаний мотива “власть ради денег” становится меньше, то на бессознательном уровне корыстный мотив упоминается чаще, чем в прошлом электоральном периоде [Путин 3.0... 2015: 31-32].

Наблюдаемые тенденции, вероятно, связаны с влиянием целого ряда факторов. Исследование динамики образов кандидатов в президенты 2012 г. позволило выявить трансформации образов, специфичные именно для предвыборного периода (например, резкое возрастание мотива амбициозности, снижение мотива “власть политику не нужна”, рост значимости активности, на бессознательном уровне – увеличение числа ассоциаций политиков с животными статусно-ролевой позиции “охотник”, символизирующих конкурентоспособность). На наш взгляд, главной причиной наблюдаемых тенденций является трансформация общественного сознания, происходящая в последние три года и связанная с политическим контекстом, изменением ценностной структуры общества.

Сравнительный анализ образов политических лидеров в 2012-2015 гг. позволяет с уверенностью утверждать, что именно Путин отличается наиболее

высокими показателями политической поддержки, рациональной и бессознательной силы и активности, психологической привлекательности. Он воспринимается как наиболее конкурентоспособный, агрессивный, маскулинный политик.

Двойственное восприятие Путина в 2013 г. сменяется более благоприятным в 2014 г. В образе происходит снижение корыстных мотивов, актуализируются внешние позитивные характеристики, возрастает профессиональная и деловая привлекательность, она заметно превышает число негативных оценок. Параметр силы образа достигает своего исторического максимума с 2000 г. Негативные трактовки активности Владимира Владимировича снизились. На бессознательном уровне восприятия образ выглядит более привлекательным, чем на рациональном. Это говорит о его неисчерпанном потенциале. Согласно нашим исследованиям, пик привлекательности президента пришелся на весну 2015 г.

При вышеупомянутой тенденции есть основания утверждать, что восприятие современных политических лидеров все больше происходит в фокусе усиливающейся независимости фигуры президента. На формируемом в последние годы ценностном фундаменте происходит консолидация российского общества вокруг Путина. Процесс сопоставления гражданами в ходе политического восприятия реальных политиков с идеальными прототипами теперь дополняется и частым сопоставлением образа политического деятеля с образом национального лидера. Обостряющаяся внешнеполитическая ситуация 2014 г. и активные действия президента в отношении защиты национальных интересов, возвращения Крыма изменили требования граждан не только к нему, но и к любому политическому лидеру. Более значимыми становятся сила политика, его преданность национальным интересам, лояльность (нередко даже верность) федеральному центру. В данном случае интересны для рассмотрения трансформации ролевых ожиданий в отношении оппозиционно настроенных политиков.

Согласно результатам исследования образов российских оппозиционеров (М. Прохорова, М. Ходорковского и А. Кудрина), данных политиков характеризуют скорее негативно, часто упоминая богатство и склонность к использованию неформальных связей. Характеризуя Ходорковского как сильного, а Прохорова – как активного лидера, граждане приписывают им непривлекательные морально-психологические характеристики, мотивы получения денег и реализации амбиций. Более благоприятно в массовом сознании выглядит Кудрин, проработавший долгие годы на одном из ключевых постов в Правительстве РФ. В ходе исследования был зарегистрирован некоторый скрытый потенциал этого политика, имеющего неконфликтный, неагрессивный характер.

Очевидно, что наиболее эффективны такие политические и идеологические особенности образа российских лидеров, которые наиболее согласованы с национальными интересами. События, происходящие на международной арене, актуализируют мифологическую категорию “свой – чужой”. Вероятно, приходит время политиков, способных в наибольшей мере обеспечить политическую сплоченность общества (не только на федеральном, но и на региональном уровне). Возрастает запрос на политических лидеров, близких к народу, твердых и волевых, с одной стороны, способных к мобилизации населения в случае напряженных ситуаций, с другой, не оппозиционных,

выступающих в качестве ретрансляторов воли национального центра, воли сильного государства, воли, направленной на удовлетворение потребности в безопасности.

Исследование образов глав российских регионов (С. Собянина, А. Воробьева, С. Орловой, Б. Дубровского) позволяет утверждать, что специфичным запросом к региональному лидеру является требование высокой деловой активности, хозяйственности, приоритета для него малой Родины. Изучение динамики восприятия показало рост требований граждан к региональным лидерам. В последнее время образы приобрели большую когнитивную сложность, однако они заметно неконгруэнтны, противоречивы, в первую очередь, на бессознательном уровне.

Проведенное исследование позволяет утверждать, что при восприятии лидеров-администраторов (Д. Медведева, В. Володина) актуализируются образы власти, политической элиты. Формирование образов современных российских парламентариев и депутатов в массовом сознании, в свою очередь, заметно преломляется сквозь призму восприятия политических партий и подвержено воздействию субъектных факторов. Восприятие в данном случае зависит от идеологической идентификации самого респондента.

Отчетливо заметно неблагоприятное влияние факта старения основных российских политических фигур на процесс восприятия политиков. Данным явлением можно объяснить снижение в восемь раз показателей силы образа Жириновского, увеличение в три раза числа людей, которым ничего не нравится в Зюганове. Фактор старения российских политиков в глазах общественности ярко проявил себя в ходе президентской избирательной кампании. Весной 2012 г. критики по поводу возраста не смог избежать даже фаворит гонки Путин. Молодежь, которая социализировалась при Путине-президенте, высказывалась против его кандидатуры, так как он ассоциировался у них с политической стагнацией.

Завершая анализ образов лидеров, отметим, что наибольшее внимание россияне уделяют политикам федерального уровня, однако их образы претерпевают скорее неблагоприятные изменения. В российской политической действительности не хватает новых политических субъектов. Несомненно, общие тенденции восприятия отразились в трансформациях образов политических лидеров. Стоит обратить внимание, что в сравнении с образами других политических объектов восприятие политических лидеров более зависимо от таких параметров, как ролевые характеристики, личностные качества, особенности политического поведения лидера (например, от участия в избирательных кампаниях, оппозиционной активности).

ВОСПРИЯТИЕ ВЛАСТИ И ОППОЗИЦИИ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

Восприятие власти в российском обществе сохраняет свою всеобъемлющую роль: власть представляется в качестве самого сильного политического субъекта, которому граждане готовы подчиняться, несмотря на негативное отношение. Среди тех, кто обладает наибольшей властью в сегодняшней России, респонденты выделяют президента, силовые структуры (МВД, ФСБ и др.) и председателя Правительства.

Наблюдается снижение восприятия теневого характера власти, которое обусловлено усилением влияния президента, а также обозначением как кон-

кретных фигур из его близкого круга, так и конкретных структур и компаний. С одной стороны, это определяет рост патриотических настроений и уровень доверия к власти, но вместе с тем это, по мнению респондентов, создает ощущение усиления авторитарных тенденций и сворачивания демократических преобразований, проводившихся во время президентства Медведева.

С начала третьего срока президентства Путина респонденты укрепились во мнении, что сильная оппозиция в России отсутствует, а существующая по-прежнему сосредоточена в Государственной Думе. Согласно результатам исследования, оппозиционными признаются все фракции, за исключением партии “Единая Россия”, а наиболее часто в разговорах об оппозиции упоминаются КПРФ и Геннадий Зюганов. Что касается внесистемной оппозиции, то здесь прослеживается несколько тенденций: во-первых, происходит ее диверсификация; во-вторых, повысилась узнаваемость и упоминаемость оппозиционеров в СМИ и среди интернет-аудитории (А. Навальный, С. Удальцов, М. Ходорковский); в-третьих, сохраняется низкий уровень доверия к ней [Зверев, Ахматнурова 2015: 45-46].

Привлекательность власти оценивается прежде всего через эмоциональный знак отношения к ней. Так, можно отметить, что одной из констант, определяющих восприятие власти гражданами, является негативное отношение. Данные исследования свидетельствуют о том, что больше половины респондентов оценивают власть негативно: *“пустые обещания властей”*, *“нет реальных дел”*, *“не знаю, что будет завтра”*. Негативные суждения, прежде всего, связаны с пассивностью власти и отсутствием позитивных изменений. Во многих ответах респондентов также сквозит желание перемен: *“одно и то же”*, *“разочарование”*, *“сейчас уже не устраивает”*.

В то же время значительная часть общества видит положительные черты во власти, касающиеся четкости выстроенной властной вертикали и политического курса в целом, а также эффективности (*“четкость линии”*, *“уверенно двигается вперед”*, *“система власти налажена”*, *“навели хоть какой-то порядок”*, *“решение проблем”*).

Параметр силы в образе современной власти выглядит довольно амбивалентно (сильная – 30,8%, слабая – 48,8%, нейтральная – 12,1%), хотя слабость все же превалирует над силой. Кроме того, очевидна поляризация в оценке активности (активная – 23,6%, пассивная – 27,3%). Если до 2012 г. власть воспринималась в целом однозначно – показатели силы и активности были крайне высокими в сравнении с параметрами слабости и пассивности, то в 2014 г. произошел рост показателей слабости и пассивности, что соотносится с гораздо более взвешенным и поляризованным эмоциональным отношением к власти.

Рассматривая содержание образов власти, сложившихся в сознании граждан, можно отметить, что наиболее “выпуклой” чертой власти является ее неэффективность. За период наших исследований эффективность впервые занимает первую позицию в оценке власти, что говорит о рационализации отношения к ней. Одной из наиболее распространенных характеристик является коррупция, зачастую упоминаемая в связке с олигархией, бюрократией, чиновничеством и взяточничеством.

Таким образом, усиление негативного восприятия власти, а также поляризация в оценках силы и активности становятся характерными чертами для

третьего президентского срока Путина. В то же время отношение к власти приобретает большую определенность.

Изучение динамики восприятия власти позволило также выделить тенденцию к росту числа тех граждан, у которых актуализирована потребность в безопасности (потребность в стабильности и наведении порядка).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Завершая рассмотрение особенностей формирования образа власти на современном этапе, отметим, что за период наших исследований эффективность впервые становится важнейшим критерием оценки власти гражданами, что говорит о рационализации отношения к ней.

Изучение политических образов, сложившихся в массовом сознании российских граждан, позволяет сделать ряд выводов об особенностях современного политического восприятия в России.

Согласно результатам исследования, во время третьего президентского срока Путина образы власти и политических лидеров приобретают большую конгруэнтность. Их непривлекательность, однако, возрастает. Наблюдается снижение доверия к власти в результате отсутствия информации об основных политических институтах (например, политических партиях) и невыстроенной коммуникации между властью и обществом. Современную власть чаще называют неэффективной, приписывают ей склонность к коррупции и лживости. Старение ключевых политических фигур, отсутствие полноценной оппозиции в представлениях граждан заметно определяют рост критичности в восприятии партий и политиков, повышают запрос на силу и авторитет.

Можно отметить, что массовое сознание при всей его сложности и многомерности все же становится более гомогенным. К 2014 г. в обществе сформировалось более четкое отношение к власти и политическим лидерам. Несмотря на общую непривлекательность образа власти, граждане по-прежнему готовы подчиняться ей. Присоединение Крыма, противостояние западному давлению на Россию и поиск новых внешнеполитических приоритетов привели к осознанию собственных национальных интересов. Не случайно успехи президента и власти в целом наши граждане отмечали во внешней политике. Давление извне во многом позволило россиянам осознать и найти опору в традиционных для нашей политической культуры ценностях патриотизма и справедливости. На уровне массового сознания заметно актуализируется потребность в сохранении безопасности. При этом российская политико-культурная традиция персонификации политических процессов влияет на то, что общественность требует обеспечения данной безопасности не от власти, а от президента.

В 2014–2015 гг. можно констатировать нарастание тенденции к консолидации общества вокруг Путина, которая связана, с одной стороны, с ростом доверия граждан к лидеру страны, принятием транслируемых им ценностей, а с другой – с уникальным внутри- и внешнеполитическим контекстом. Россияне отнюдь не идеализируют фигуру президента, а достаточно рационально оценивают его способность отстаивать интересы страны, особенно в кризисных ситуациях. В представлениях граждан В.В. Путин выглядит деятельным политиком, способным принимать неординарные решения, предлагающим стратегию, которая позволит обществу чувствовать уверенность в завтрашнем дне.

Если говорить о влиянии политического контекста на текущий процесс политического восприятия, то отметим, что во внутренних коммуникациях власти и общества наблюдается отчужденность, традиционно характерная для российской политической культуры. Связано это с закрытостью самой власти и сословностью многих социальных страт современного российского общества. Однако главными проблемами остаются слабая работа общественных институтов во взаимодействии с властью и нежелание многих властных институтов, за исключением президента, наладить прямой диалог с гражданами.

Букреева О.В. 2013. *Сравнительный анализ рационального и бессознательного компонентов образов власти в современной России*. Дисс... канд. полит. наук. М. 154 с.

Зверев А.Л., Ахматнурова С.Ф. 2015. Оптика восприятия современной российской политики. — *Вестник РГГУ. Серия Политология. История Международные отношения. Зарубежное регионоведение. Востоковедение*. № 11. С. 42-51.

Политология. Под ред. С.Г. Киселева. 2008. М.: Проспект. 480 с.

Путин 3.0: общество и власть в новейшей истории России. Под ред. Е.Б. Шестопа. 2015. М.: АРГАМАК-МЕДИА. 420 с.

Смулькина Н.В. 2013. Факторы, влияющие на восприятие кандидатов в Президенты в российской избирательной кампании. — *Вестник Томского государственного университета. Философия, Социология. Политология*. № 3. С. 30-36.

Шестопа Е.Б. 2002. *Политическая психология*. М.: ИНФРА-М. 448 с.

Шестопа Е.Б. 2008. Образ и имидж в политическом восприятии: актуальные проблемы исследования. — *Образы государств, наций и лидеров*. Под ред. Е.Б. Шестопа. М.: Аспект Пресс. С. 8-24.

Шестопа Е.Б., Палитай И.С. 2014. Психологические особенности восприятия политических партий в современной России. — *Вестник Московского университета. Серия 12. Политические науки*. № 4. С. 28-51.

Bruner J., Jerome S., Goodman C. 1947. Value and Need as Organizing Factors in Perception. — *Journal of Abnormal and Social Psychology*. Vol. 42. No. 1. P. 33-44. DOI: <http://dx.doi.org/10.1037/h0058484>

Bruner J., Postman L. Perception Cognition and Behavior. — *Journal of Personality*. 1949. Vol. 18. No. 1. P. 14-31. DOI: <http://dx.doi.org/10.1111/j.1467-6494.1949.tb01229.x>

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. No. 3-4. P. 217-238. DOI: <http://dx.doi.org/10.1080/15377850802005083>

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. — *Advances in experimental social psychology*. Ed. by M.P. Zanna. New York: Academic Press. Vol. 23. P. 1-74.

New Trends in Russian Political Mentality: Putin 3.0. Ed. by E.B. Shestopal. Lanham, Maryland: Lexington Books. 2016. 414 p.

Osgood C., Suci G., Tannenbaum P. 1957. *The Measurement of Meaning*. Urbana: University of Illinois Press. 323 p.

Parker-Stephen E. 2004. *Political Perception and the Micro-Macro Paradox*. Paper Presented at the Annual Meeting of the Midwest Political Science Association. Chicago, Illinois. 35 p. URL: http://citation.allacademic.com/meta/p_mla_apa_research_citation/0/8/2/5/7/pages82571/p82571-5.ppt (accessed 08.01.2016).

Woon J. 2007. *Asymmetric Partisan Biases in Perceptions of Political Parties*. Pittsburgh: Carnegie Mellon University. 28 p. URL: http://www.pitt.edu/~woon/papers/partisanbias_mpsa07.pdf (accessed 02.03.2016).

Zebrowitz L. 1990. *Social Perception (Mapping Social Psychology)*. Buckingham: Open University Press. 240 p.

DOI: [10.17976/jpps/2016.03.05](https://doi.org/10.17976/jpps/2016.03.05)

SPECIFICS OF POLITICAL PERCEPTION IN CONTEMPORARY RUSSIA

A.L. Zverev¹, I.S. Palitay¹, N.V. Smulkina¹, A.I. Rogozar¹

¹Lomonosov Moscow State University. Moscow, Russia

ZVEREV Andrey Leonidovich, Cand. Sci. (Pol. Sci.), Associate Professor, Department of Political Sociology and Psychology, Faculty of Political Science, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia. Email: zveandr@mail.ru; PALITAY Ivan Sergeevich, Cand. Sci. (Soc.), Senior Lecturer, Department of Political Sociology and Psychology, Faculty of Political Science, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia. Email: 8321532@gmail.com; SMULKINA Natalya Valentinovna, Cand. Sci. (Pol. Sci.), Junior Research Fellow, Department of Political Sociology and Psychology, Faculty of Political Science, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia. Email: smulkina@mail.ru; ROGOZAR Anna Ivanovna, post-graduate student, Department of Political Sociology and Psychology, Faculty of Political Science, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia. Email: anna_rogozar@mail.ru

Received: 27.01.2016. Accepted: 22.02.2016

Abstract. This article is devoted to the study of the phenomenon of political perception in Russia which the researchers of the Department of Political Sociology and Psychology, Faculty of Political Science, Lomonosov Moscow State University have been carrying out for more than 15 years. Authors focus on images of politicians, authorities and political parties formed in the mass consciousness of Russian citizens. Analysis of the empirical data of 2013-2014s, as well as of previous years revealed some trends and patterns in political perception in the new political context that emerged during the third presidential term of Vladimir Putin. Results of the study confirm that the mass consciousness in Russia, though complex and multidimensional, is becoming increasingly homogeneous. The events of 2014 opened the window for a long-needed public consensus on national values that has replaced the fragmented mosaics of the 2000s. Economic problems and aggravation of the global situation don't destabilize the country, but lead to social consolidation and a return to traditional values of Russian political culture such as justice and patriotism. People also think that for successful development of the country Russian authorities should create a strong state that will be able to determine its own path, including the form of democratic system. Our study also showed a tendency of growing need for security (the need for stability and order) among citizens.

Keywords: political perception; image of authority; image of a political leader; image of the party; political context; mass consciousness; values.

References

Bruner J., Jerome S., Goodman C. Value and Need as Organizing Factors in Perception. — *Journal of Abnormal and Social Psychology*. 1947. Vol. 42. No. 1. P. 33-44. DOI: <http://dx.doi.org/10.1037/h0058484>

Bruner J., Postman L. Perception Cognition and Behavior. — *Journal of Personality*. 1949. Vol. 18. No. 1. P. 14-31. DOI: <http://dx.doi.org/10.1111/j.1467-6494.1949.tb01229.x>

Bukreeva O.V. *Sravnitel'nyi analiz ratsional'nogo i bessoznatel'nogo komponentov obrazov vlasti v sovremennoy Rossii* [The Comparative Analysis of the Rational and the Unconscious Components of the Image of Authorities in Contemporary Russia]. Moscow. 2013. 154 p. (In Russ.).

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. No. 3-4. P. 217-238. DOI: <http://dx.doi.org/10.1080/15377850802005083>

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. N.Y.: Academic Press. 1990. Vol. 23. P. 1-74.

Woon J. *Asymmetric Partisan Biases in Perceptions of Political Parties*. Pittsburgh: Carnegie Mellon University. 2007. 28 p. URL: http://www.pitt.edu/~woon/papers/partisanbias_mpsa07.pdf (accessed 02.03.2016).

New Trends in Russian Political Mentality: Putin 3.0. Ed. by E.B. Shestopal. Lanham, Maryland: Lexington Books. 2016. 414 p.

Osgood C., Suci G., Tannenbaum P. *The Measurement of Meaning*. Urbana, USA: University of Illinois Press. 1957. 323 p.

Parker-Stephen E. *Political Perception and the Micro-Macro Paradox*. Paper presented at the annual meeting of the Midwest Political Science Association. 2004. 35 p. URL: http://citation.allacademic.com/meta/p_mla_apa_research_citation/0/8/2/5/7/pages82571/p82571-5.php (accessed 08.01.2016).

Politologiya. Pod red. S.G. Kiseleva [Political Science. Ed. S.G. Kiselev]. Moscow: Prospect. 2008. 480 p. (In Russ.)

Putin 3.0.: Obshchestvo i vlast' v noveyshey istorii Rossii. Pod red. E.B. Shestopal [Putin 3.0.: Society and Authority in the Contemporary History of Russia. Ed. E.B. Shestopal]. Moscow: ARGAMAK-MEDIA. 2015. 420 p. (In Russ.)

Shestopal E.B. *Obraz i imidzh v politicheskom vospriyatii: aktual'nye problemy issledovaniya* [The Image and the Image of the Political Perception: Current Research Problems], — *Obrazy gosudarstv, natsiy, liderov*. Pod red. E.B. Shestopal [Images of States, Nations and Leaders. Ed. by E.B. Shestopal]. Moscow: Aspect Press. 2008. P. 8-24. (In Russ.)

Shestopal E.B. *Politicheskaya psikhologiya* [Political Psychology]. Moscow: INFRA-M. 2002. 448 p. (In Russ.)

Shestopal E.B., Palitai I.S. *Psikhologicheskie osobennosti vospriyatiya politicheskikh partii v sovremennoy Rossii* [Psychological Characteristics of Perception of Political Parties in Contemporary Russia]. — *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 12: Politicheskie nauki*. 2014. No. 4. P. 28-51. (In Russ.)

Smulkina N.V. *Faktory, vliyayushchie na vospriyatие kandidatov v Prezidenty v rossijskoj izbrate'noj kampanii* [The Factors Influencing Perception of Candidates for President in the Russian Election Campaign]. — *Tomsk State University Journal of Philosophy, Sociology and Political Science*. 2013. No. 3. P. 30-36. (In Russ.)

Zebrowitz L. *Social Perception (Mapping Social Psychology)*. Buckingham: Open University Press. 1990. 240 p.

Zverev A.L., Ahmatnurova S.F. *Optika politicheskogo vospriyatiya sovremennoy rossiiskoy politiki* [Optics Perception Contemporary Russian Politics]. — *RGGU Bulletin Series Political Science. History. International Relations. Area Studies. Oriental Studies*. 2015. No. 11. P. 42-51. (In Russ.)