

# ПСИХОЛОГИЧЕСКОЕ СОСТОЯНИЕ РОССИЙСКОГО ОБЩЕСТВА МЕЖДУ ПАРЛАМЕНТСКИМИ И ПРЕЗИДЕНТСКИМИ ВЫБОРАМИ. СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ\*

Елена Борисовна Шестопап

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова,  
г. Москва, Россия

<p><b>Информация о статье:</b> Поступила в редакцию: 29 ноября 2016 Принята к печати: 1 февраля 2017</p>	<p><b>Аннотация:</b> В статье анализируются результаты исследования психологического состояния общества перед парламентскими выборами 2016 года в России и после них. Исследование показало, что ряд параметров остается неизменным достаточно длительное время (представления о справедливости, ряд политических ценностей, степень влияния Президента Путина). В то время, как другие показатели претерпевают существенную трансформацию, в том числе и в результате парламентских выборов. Инерционный характер кампании, дав власти тактический успех, привел к определенной политической демобилизации общества. В глазах опрошенных снизилось влияние Премьера, Администрации Президента, Государственной Думы, губернаторов, муниципальной власти, судов, прокуратуры и политических партий. В то же время, хотя и незначительно, усилилось политическое влияние Совета Федерации, правительства, силовых структур и армии. Обращает на себя внимание резкое снижение радикальных взглядов и усиление консервативного тренда после парламентских выборов. Таким образом, успех «Единой России» выглядит еще более убедительным. Одновременно можно говорить и о росте левых настроений, поскольку увеличилось число сторонников социалистических и коммунистических идей. После выборов российские граждане стали <i>более положительно</i> оценивать власть. Новым трендом стало снижение традиционных персонифицированных образов власти и рост значения в них партий и групп, хотя после выборов все партии получили снижение оценок их влияния. Можно предположить, что произошло привыкание к сложившейся партийной системе. Запрос на партийно-политическое представительство говорит об укоренении в массовом сознании ценностей формальной демократии.</p>
<p><b>Об авторе:</b> д. филос. н., профессор, заведующая Кафедрой социологии и психологии политики, Факультет политологии, МГУ имени М.В. Ломоносова e-mail: shestop0505@rambler.ru</p>	
<p><b>Ключевые слова:</b> психологическое состояние общества, образы власти и лидеров, парламентские и президентские выборы в России.</p>	

Прошедшие в сентябре 2016 г. парламентские выборы стали триггером политических настроений, которые будут определять поведение граждан уже на будущих президентских выборах 2018 г. До них остается совсем немного времени. Нам представляется, что и сами парламентские выборы, и особенно то, как они повлияли на психологическое состояние общества пока не получили всестороннего осмысления.

Традиционно политологический анализ электоральных процессов ограничивается оценкой их легитимности, прозрачности, честности и уровня организации. Однако в условиях, когда политика страны на протяжении почти четверти века<sup>1</sup> неустойчива и

<sup>1</sup> Шестопап Е. Образы власти в эпоху перемен (Психологическая трансформация общества в постсоветской России) / Четверть века после СССР: люди, общество, реформы. —

\* Данная статья основана на докладе автора на годичной конференции РАПН, 26 ноября 2016 г.

постоянно трансформируется, – такой институциональный подход не позволяет адекватно уловить и описать закономерности ее развития. В таком неопределенном состоянии особое значение для его описания приобретают не столько институты, сколько «человеческое измерение» политики<sup>2</sup>, и особенно, элиты и общество.

Учет психологического состояния общества позволяет дать более точные прогнозы развития ситуации. Для этого важно понять, как предвыборная кампания и ход выборов повлияли на те глубинные психологические процессы, которые будут определять будущее электоральное поведение российских граждан. Заметим, что хотя предвыборный период и сами выборы являются важным фактором этих изменений, мы далеки от мысли, что они являются единственным источником трансформации политического сознания в указанный период. Серьезное воздействие оказали и состояние политических элит, и международный контекст, и иные факторы. Но здесь мы остановимся только на психологическом состоянии общества.

Его анализу было посвящено исследование, проведенное в конце сентября – начале октября 2016 г. кафедрой социологии и психологии политики МГУ имени М.В. Ломоносова<sup>3</sup>. Его целью было выявить, прои-

М.: Издательство МГУ, 2015. – С. 291-330 [Shestopal, E. Obrazy vlasti v epokhu peremen (Psikhologicheskaiia transformatsiia obshchestva v postsovetskoj Rossii) (Images of Authorities during Time of Change (Psychological Transformation of Society in Post-Soviet Russia)) / Chetvert' veka posle SSSR: liudi, obshchestvo, reformy. Moscow: Izdatel'stvo MGU, 2015. Pp. 291-330].

<sup>2</sup> Лапкин В.В., Семенов И.С. «Человек политический» перед вызовами «infomodernity» // ПолиС. Политические исследования. – 2013. – № 6. – С. 64-81 [Lapkin, V.V.; Semenenko, I.A. “Chelovek Politicheskii” pered vyzovamy “infomodernity” (“Homo Politicus” in the Face of “Infomodernity” Challenges) // *Polis. Politicheskie issledovaniya*, 2013, No. 6, С. 64-81].

<sup>3</sup> Исследование образа власти образов лидеров было проведено в конце сентября- начале октября 2016 года. Оно носило пилотажный характер и не было репрезентативным для страны в целом. Выборка составила более 300 человек в 4 регионах страны, что для качественно-количественного типа иссле-

зошли ли изменения в массовом политическом сознании после выборов. Для этого мы сопоставили данные, полученные до выборов с теми, что были получены сразу после них в октябре 2016 г. В данной статье мы приведем наиболее важные выводы из этого исследования.

### Теоретико-методологические основания анализа психологического состояния общества

Психологические состояния общества отличаются большим разнообразием: от совершенно неустойчивых и изменчивых эмоциональных настроений, установок и потребностей до отличающихся изрядной устойчивостью представлений и ценностей. Последние имеют особое значение для прогноза, так как не подвержены столь быстрой эрозии под влиянием ситуативных факторов.

Политическое восприятие имеет специфические особенности, отличающие его от других видов восприятия<sup>4</sup>.

*Политический образ* представляет собой, как и любой образ, с одной стороны – отражение реальных характеристик объекта восприятия – политической власти, личности лидера, особенности той или иной политической партии, страны и т.д. Эти характеристики образа детерминируются *объектными* факторами. Они во многом определяют политическое содержание образа. С другой стороны, образ является проекцией ожиданий субъекта восприятия,

дования вполне достаточно для выявления важнейших психологических состояний. Для подтверждения полученных результатов потребуется более глубокая работа. При этом проведенные ранее замеры (исследование образов власти, проведенное в 2013-2014 г. года и образов лидеров – в мае 2016 года) позволяют выявить произошедшие после выборов изменения в обществе. Эти довыборные исследования были проведены по той же методологии и дают возможности для сравнения.

<sup>4</sup> Fiske, S.; Neuberg, S.N. A Continuum of Impression Formation, from Category-Based to Individuating Processes: Influences of Information and Motivation on Attention and Interpretation / in *Advances in Experimental Social Psychology* (Ed. by M.P. Zanna). New York: Academic Press, 1990, Vol. 23, pp. 1-74.

т.е. граждан. В образе политической власти отражаются потребности и мотивы, знания и представления, мнения, оценки и стереотипы, ожидания, эмоции, требования массового сознания к власти. Эти компоненты образа будут определяться *субъектными факторами*. Кроме того, характер образов будет меняться и в соответствии с такими характеристиками субъекта восприятия, как пол, возраст, образование, региональные особенности и т.п. Изменения во времени, происходящие с политическими образами, определяются *темпоральными факторами*, а различия, связанные с местом проведения исследования – с региональными особенностями, или с *пространственными факторами*. Влияние средств массовой информации на восприятие гражданами власти и лидеров, страны или партии в современном мире весьма существенно, поэтому мы считаем необходимым обязательно учитывать *коммуникативные факторы*, влияющие на политическое восприятие.

К исследованиям образов политиков и власти чаще всего обращаются в ходе избирательной кампании, чтобы понять, как меняется отношение общества к конкретным кандидатам в конкретный период времени<sup>5</sup>. К сожалению, работ в которых бы содержались более фундаментальные обобщения не так много<sup>6</sup>. Одна из главных трудностей

таких исследований связана с отрывом политических образов от реальных интересов людей, и сами образы делает достаточно неустойчивыми и иррациональными. Отсюда необходимость выявления наряду с устоявшимися мнениями людей о политиках, власти и т.п. – неосознаваемых аспектов восприятия ими этих политических объектов<sup>7</sup>. Стандартные количественные методы, в частности опросы, обычно используемые в электоральных исследованиях, не позволяют выявить этот слой восприятия. Поэтому мы используем в исследованиях политических состояний общества вообще и политических образов в особенности прежде всего качественные и качественно-количественные методы.

Для данного исследования нами были выбраны политические образы, которые мы фиксировали в массовом политическом сознании граждан. Наиболее важными из них мы считаем образы власти и образы лидеров<sup>8</sup>. В нашей стране образы власти имеют архетипический характер и влияют на многие реальные политические процессы, так как именно на них основываются многие установки общества. В силу наиболее абстрактного характера этих образов, они во многом служат в качестве психологического фундамента, входят в структуру многих других политических

<sup>5</sup> Feldman, S.; Conover, P.J. Candidates, Issues and Voters. The Role of Inference in Political Perception // *Journal of Politics*, 1983, Vol. 45, No. 4, pp. 810-839.

<sup>6</sup> Sniderman, P.M.; Brody, R.A.; Tetlock, P.E. Reasoning and Choice: Explorations in Political Psychology. Cambridge University Press. 1993. 324 p.; Sullivan, J.L.; Oxendine, A.; Borgida, E.; Riedel, E.; Jackson, M.; Dial, J. The Importance of Political Context for Understanding Civic Engagement: A Longitudinal Analysis // *Political Behavior*, 2007 March, Vol. 29, No. 1, pp. 31-67; King Pu-tung. The Press, Candidate Images, and Voter Perceptions. in *Communication and Democracy: Exploring the Intellectual Frontiers in Agenda-Setting Theory* (ed. by M. McCombs, D.L. Shaw, D. Weaver). Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc. 1997. Pp. 31-32; Преснякова Л.А. Структура личностного восприятия политической власти // *Полис. Политические исследования*. – 2000. – № 4. – С. 135-139 [Presnyakova, L.A. Struktura

lichnostnogo vospriyatiya politicheskoi vlasti (Structure of Personal Perception of Political Authority) // *Polis, Political studies*, 2000, No. 4, pp. 135-139]; Задорин И.В. Качество и качества власти: восприятие населения // *Полития*. – 2005. – № 2. – С. 96-115 [Zadorin, I.V. Kachestvo i kachestva vlasti (Quality and Qualities of Power: Popular Perception) // *Politeia*, 2005, No. 2, pp. 96-115].

<sup>7</sup> Caplan, B. Rational Ignorance versus Rational Irrationality // *Kyklo*, 2001, Vol. 54. No. 1, pp. 3-26; Granberg, D., Kasmer, J., Nanneman, T. An Empirical Examination of Two Theories of Political Perception // *Political Research Quarterly*, 1988, Vol. 41, No. 1, pp. 29-46.

<sup>8</sup> Подробно методология этих исследований описана в книге: Шестопал Е.Б. Путин 3.0. Общество и власть в новейшей истории России. – М., Аргамак-Медиа, 2015. – С.49-79 [Shestopal, Elena. New Trends in Russian Political Mentality / Putin 3.0. Lexington books, 2016. Pp. 37-67].

образов, например, образа партий и образа государства, страны. Методология, использованная для указанных целей, включала в себя опрос, особенностью которого было большое число открытых вопросов, глубинные интервью и метод проективного теста. Все эти методы были направлены на то, чтобы выявить не только рациональные, но и бессознательные аспекты образов власти. В нашей методологии преобладали качественные методы с элементами использования количественных методов, в частности шкалирования ответов на открытые вопросы, статистический анализ при анализе данных опроса.

Образы лидеров персонализируют стереотипы политического восприятия, делают их живыми и понятными. Для изучения образов *политических лидеров* нами использован метод глубинного интервью с предъявлением респонденту стимульного материала в виде черно-белых фотографий политиков. Неосознаваемые слои образов политиков мы выявляли с помощью метода фиксированных ассоциаций (ассоциации с животными, цветом и запахом).

В предыдущие годы мы регулярно проводили замеры образов власти и лидеров. Для сравнительного анализа довыборного периода мы выбрали исследование образов власти 2013-2014 гг., которое имело выборку около 900 респондентов в 7 регионах страны и образов лидеров в мае 2016 года. После выборов мы провели исследование сразу после 18 сентября 2016 г. Оно было завершено в начале октября 2016 г. Оно носило пилотажный характер и не было репрезентативным для страны в целом. Выборка составила более 300 человек в 4 регионах страны, что для качественно-количественного типа исследования вполне достаточно для выявления важнейших психологических состояний. Для подтверждения полученных результатов потребуется более глубокая работа. При этом проведенные ранее замеры позволяют выявить произошедшие после выборов изменения в обществе. Эти довыборные исследования были проведены по той же методологии и дают возможности для сравнения.

## Оценка образов власти после парламентских выборов 2016 г.

Начнем с тех параметров политического сознания, которые не изменились или мало изменились после выборов.

Так, политические *представления граждан о справедливости* изменились незначительно по сравнению с довыборным периодом. Как и ранее, большинство опрошенных полагает, что это несправедливо, что государство перестало заботиться о престарелых, больных и детях (90,4%), закон строго не наказывает тех, кто угрожает нашей жизни (84,8%), немногие владеют большим богатством, а подавляющее большинство пребывает в бедности (79,8%). При этом напряженность в отношении «несправедливости» после выборов несколько снизилась по сравнению с предвыборным периодом по первому и третьему параметрам (см. Таб. 1).

Таблица 1

Считаете ли Вы справедливым, когда...		
Варианты ответов	Да	Нет
Немногие владеют большим богатством, а подавляющее большинство пребывает в бедности?	28,1	71,9
Закон строго не наказывает тех, кто угрожает Вашей жизни?	15,2	84,8
Государство перестало заботиться о престарелых, больных и детях	9,6	90,4
Что меньшинство управляет большинством	60,6	39,4

Table 1. Do you find it fair when...

Готовность признавать власть и подчиняться ей также сохраняется в массовом сознании. Так, готовы подчиняться закону 88,7%, государству – 82,5%. В этом отношении выборы не привели к изменениям законопослушания граждан (см. Таб. 2).

Таблица 2

Признаете ли Вы над собой?		
Варианты ответов	Да	Нет
власть государства	82,5	17,5
власть начальства	56,6	43,4
власть закона	88,7	11,3
власть отдельных людей	33,1	66,9

Table 2. Do you recognize over yourself?

В отличие от представлений о справедливости, как и от ценности самой справедливости, которая занимает устойчивое первое место в системе ценностей современных российских граждан, интерес к политике является довольно динамической характеристикой и зависит от ситуативных факторов в намного большей степени. Как показывает наш анализ, прошедшие выборы действительно повлияли на общество, подогрев его политический интерес (см. Таб. 3).

Таблица 3

**Интересуетесь ли Вы политикой  
в настоящее время?**

Варианты ответов	%
очень интересуюсь	17,5
слежу за всеми политическими событиями	26,8
имею общее представление, но детали пропускаю	36,4
мало слежу	11,9
не интересуюсь совсем	7,3

Table 3. Are you interested in politics in a present time?

В сумме три категории ответов, обозначающие разные степени интереса набирают более 80%. Мало следят и не интересуются вообще лишь около 20%. В прошлом электоральном цикле наше общество было гораздо более аполитичным. При этом граждане почти поровну разделились в своем эмоциональном отношении объекта их интереса – политики: примерно по 30% со знаком плюс и со знаком минус. Безразличных – оказалось не более 17%.

Еще более важным параметром для прогноза электорального поведения на следующих выборах служат ответы на вопрос о *готовности принять участие* в разных формах политического поведения. Так, в митинге готовы участвовать 19,9% опрошенных и еще 10,9% – в забастовке. Таким образом, готовность к протесту выразили около  $\frac{1}{3}$  опрошенных. Это немало, хотя не всякое высказанное респондентом намерение выливается в реальный поведенческий акт. Скорее, следует говорить о декларативном поведении (см. Таб. 4).

При этом в выборах как избиратели готовы участвовать 68,9%, что опровергает мнение многих экспертов, что, своей

относительно низкой явкой на последние выборы (особенно в Москве и Петербурге) граждане выразили недоверие к институту выборов. Разница между реальной явкой и намерением принять участие в выборах говорит, напротив, о принятии выборов как института демократии. Скорее, низкая явка была проявлением протеста против того, как именно прошла и была организована эта избирательная кампания. Но это также было реакцией на отсутствие и у власти, и у оппозиции, политических лидеров, за которых люди захотели бы проголосовать.

Таблица 4

**Готовы ли Вы лично принять участие  
(может быть больше, чем один ответ)**

Варианты ответов	%
в выборах как избиратель	68,9
в митинге поддержку той или иной политической партии или движения	19,9
в забастовке	10,9
в выборах как кандидат в депутаты того или иного уровня власти (назовите какого именно)	15,6
ни в чем	15,9

Table 4. Are you personally ready to participate (may be more than one answer)

Таким образом, можно сказать, что, хотя характер и стилистика выборов и привели к определенной политической демобилизации населения, у граждан сохраняется запрос на разные формы политической активности, интерес к политике и готовность признавать избранную ими власть.

Полученные нами данные позволяют говорить о том, что граждане имеют о власти и различных ее институтах довольно дифференцированное и точное представление и способны определить свое отношение к каждому из них. Как показывает Таб. 5. представления граждан о *влиятельности отдельных политических институтов* также изменились после прошедших выборов (см. Таб. 5).

Таблица 5

**Кто, по Вашему мнению, обладает наибольшей  
властью в сегодняшней России?  
Выберите несколько вариантов ответа**

Варианты ответов	До выборов	После выборов
Президент	92	91,7
Премьер-министр	26	16,9

Варианты ответов	До выборов	После выборов
Администрация Президента	25	22,8
Государственная Дума	20	18,5
Совет Федерации	9	9,3
Правительство РФ	18	21,5
Силловые структуры (ФСБ, МВД и др.)	51	59,6
Губернатор	13	8,9
Местная, муниципальная власть	7	6,6
Суд	15	14,2
Прокуратора	18	16,2
Армия	7	22,2
Политические партии	14	11,6

Table 5. Who in your opinion obtains more authority? (may be more than one answer)

Сравнение с предвыборным периодом показало, что единственный институт, оставшийся, по мнению граждан, неизменным, – это институт президентства, который признают влиятельным почти 92% опрошенных. В глазах опрошенных снизилось влияние Премьера, Администрации Президента, Государственной Думы, губернаторов, муниципальной власти, судов, прокуратуры и политических партий. В то же время, хотя и незначительно, усилилось политическое влияние Совета Федерации, правительства, силовых структур и армии. Судя по всему, в случае Совета Федерации сказалась роль личности В.И. Матвиенко, а в случае правительства, напротив, можно говорить о росте институционального влияния, поскольку личный «вес» премьер-министра существенно снизился. Усиление силовых структур и армии, очевидно, связано с обострением внешнеполитической ситуации.

Хотя респонденты и высказали недоверие всем политическим партиям, их партийно-политические пристрастия под влиянием выборов изменились неравномерно (см. Таб. 6).

Таблица 6

Как бы вы определили свои политические предпочтения		
Варианты ответов	До выборов	После выборов
Либерал	20,4	18,9
Социалист	9,7	12,9
Анархист	1,4	3,6

Варианты ответов	До выборов	После выборов
Демократ	30,4	24,8
Радикал	13,0	2,6
Консерватор	10,2	18,5
Коммунист	7,2	8,9
Аполитичный	14,8	16,2

Table 6. How could you define your political preferences?

Обращает на себя внимание в первую очередь резкое снижение радикальных взглядов и усиление консервативного тренда. Таким образом, успех «Единой России» выглядит еще более убедительным. Одновременно, можно говорить и о росте левых настроений, поскольку увеличилось число сторонников социалистических и коммунистических идей. При этом, хотя несколько снизилось число тех, кто себя считает либералом (с 20,4% до 18,9%) и демократом (с 30,4% до 24,8%), в целом, этот идейный тренд остается вполне представленным в общей палитре политических взглядов. Очевидно, что на шкале право-левых предпочтений движение идет неравномерно и усиление левых идей идет быстрее, чем снижение запроса на правые с одновременным небольшим ростом аполитичности.

По *ценностным параметрам* восприятие политики под влиянием выборов существенно не поменялось. Это и понятно. Ведь ценности являются одним из наиболее устойчивых, стержневых компонентов личности (см. Таб. 7).

Таблица 7

**Демократия, по-моему, это...**  
(поставьте ранги в порядке предпочтения)

Ценности	ранг	%
Права человека	1	20,9
Свобода	2	20,2
Соблюдение законов	3	15,2
Активное участие в управлении государством	4	13,6
Ответственность	5	8,9
Равенство	6	7,3
Сильное государство	7	6,6
Индивидуальная автономия	8	5,0

Table 7. For me democracy is...

Первый ранг занимают такие ценности, как свобода и права человека, за ними следует соблюдение законов, А вот ценность активиз-

ма переместилась с пятого на третье место, ответственность – напротив, сместилась с шестого на восьмое место, а сильное государство – с седьмого на шестое место. Особенно важен рост ценности активизма, который пока не актуализирован на поведенческом уровне. Но мы наблюдали такое же явление в 2010 году, когда через год после роста этого параметра в 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.

Таким образом, *первая тенденция*, которую выявило проведенное исследование: после выборов российские граждане стали *более положительно* оценивать власть (см. Таб. 8) (28,5%) по сравнению с предвыборным периодом (21,7%).

Таблица 8

**Как бы вы могли охарактеризовать власть в современной России? Эмоциональный знак**

Эмоциональный знак	До выборов	После выборов
положительный	21,7	28,5
отрицательный	52,3	44,4
безразличный	12,9	16,9
амбивалентный	5,1	7,9

Table 8. How could you describe authority in contemporary Russia? Emotional sign

Одновременно число негативных оценок снизилось (44,4% по сравнению с 52,3%). В то же время выросли нейтральные и амбивалентные оценки. Такого мы не наблюдали на протяжении всей постсоветской истории. Можно говорить о том, что поляризация массового сознания, несмотря на сложную международную ситуацию, уступает более спокойному и позитивному отношению к политике. Было бы очень желательно сохранить это состояние общества к 2018 г.

*Вторым* новым трендом стало снижение традиционных персонифицированных образов власти и рост значения в них партий и групп. И это при том, что после выборов все партии получили снижение оценок их влияния. Можно предположить, что произошло привыкание к сложившейся партийной системе и рост рационализации по-

литического сознания. Запрос на партийно-политическое представительство говорит об укоренении в массовом сознании ценностей формальной демократии.

*Третья* тенденция, как можно предположить, напрямую связана с предвыборной пропагандой. Именно с возросшей в ходе электоральной кампании прямолинейностью и жесткостью пропаганды связан рост когнитивной простоты и снижение сложности образов власти у рядовых граждан. Такая упрощенная подача политической информации вызвала у граждан ощущение скуки и предрешенности результатов выборов, была воспринята ими как неуважение к ним как к избирателям и способствовала их политической демобилизации, что сказалось на невысокой явке особенно в крупных городах.

*Четвертая* особенность изменившегося массового политического сознания связана с ролью потребностей, которые определяют их политическую «оптику» (см. Таб. 9).

**Потребности, определяющие образы власти**

Варианты ответов	До выборов	После выборов
материальные	5,3	3,6
безопасность	27,6	13,0
любовь	37,3	10,6
самореализация	6,7	7,0
самоактуализация	14,8	24,0

Таблица 9

Table 9. Needs that determine images of authority

Из пяти ведущих потребностей стали снижаться значения потребности в безопасности (хотя они и занимают сейчас первый ранг положения в иерархии в сравнении со вторым рангом в 2013 г.), материальные, потребность в любви. Эти данные свидетельствуют о том, что граждане научились не рассчитывать на власть в реализации своих повседневных нужд и выживают без привычных в прежние годы просьб к кандидатам починить водопровод или заменить крышу. Значительно выросли высшие духовные потребности самореализации и особенно самоактуализации сквозь призму которых граждане оценивают власть. Это означает, что от грядущей президентской кампании общество будет ожидать серьезной перспективу развития страны, а не конкретных обе-

шаний повысить зарплату или пенсию на 5000 рублей.

*Пятое.* Конкретное смысловое наполнение представлений о власти связано с запросом на *силу*, что объясняется не столько выборами, сколько резким обострением международной ситуации. Кроме того, выраженный в 1990-е–2000-е запрос на порядок оказался в целом удовлетворен и уже не так актуален для российского общества.

*Шестое.* В отличие от *реальной* власти, власть *идеальная* представляется гражданам сквозь призму потребности в любви (заботы о людях). Этот тренд подкрепляется и доминированием представлений об *идеальной* власти, как об *ответственной* (37,6%), *честной* (15%) и *справедливой* (11,3%).

### Образы лидеров

После парламентских выборов большинство политиков (за исключением В.В. Путина) стали значительно меньше нравиться гражданам и по внешности, и по моральным, психологическим и политическим характеристикам, причем это произошло сразу после парламентских выборов, когда, политики как правило, показывают себя с лучшей стороны.

Образ Путина мы изучаем с 2000 г. В данном случае нас интересовало, повлияли ли парламентские выборы на его восприятие.

Образ В.В. Путина в настоящее время достаточно устойчив. *Одобрение его политических взглядов*, по сравнению с маем 2016 г., немного выросло (с 59,3% до 60,9%), а неодобрение, напротив снизилось (с 16,2% до 11,9%) (см. *Таб. 9*).

Таблица 9

Одобряете ли Вы политические взгляды В.В. Путина?		
Варианты ответов	Май 2016 (%)	Октябрь 2016 (%)
да	59,3	60,9
нет	16,2	11,9
частично	17,0	20,6
затрудняюсь ответить/ не знаю его взглядов	7,5	6,6

Table 9. Do you approve Putin's political views?

Таким образом, в отношении к образу Президента большинство опрошенных в целом определились. Соотношение сторонников и противников может меняться, но незначительно. На сегодняшний день только 6,6% не знают, как к нему относиться. Это означает, что к началу предстоящей избирательной кампании уже сложились группы сторонников и противников и для тех, кто будет заниматься организацией предвыборной кампании особый интерес представит группа неопределившихся (6,6%) и те, кто частично одобряет политические взгляды Путина (20,6%). Число тех, кому в нем все нравится, превышают число его противников (ничего не нравится) более, чем в 2 раза.

Если говорить о *привлекательности* образа Путина, то основным его плюсом продолжает оставаться внешняя политика, тогда как внутренняя оценивается достаточно негативно, и эта повестка может выйти на первый план в случае усиления социально-экономического кризиса.

Соотношение отдельных привлекательных характеристик образа Президента остается неизменным на протяжении многих лет (см. *Таб. 10*).

Таблица 10

Что Вам нравится в этом политике?		
Что нравится	Май 2016 (%)	Октябрь 2016 (%)
физическая	28,4	12,0
привлекательность психологические характеристики моральные	49,8	42,3
характеристики моральные	13,3	19,6
характеристики профессиональные, деловые	40,4	54,3
характеристики сильный	77,9	59,0
слабый	2,0	0
активность	79,8	54,3
пассивность	0,5	0
ничего не нравится	4,4	7,6

Table 10. What do you like/dislike in this politician?

Так, и в настоящее время политические, деловые и профессиональные характеристики (54,7%), лидируют в его образе. За ними идут его личностные, психологические особенности (42,3%). Моральные качества за-

нимают третье место (19,6%) Внешность стоит на последнем месте (12%).

При этом следует заметить, что если *политические* качества Путина в октябре 2016 г. не просто выросли, но и оказались выше, чем они были в 2011, 2012, 2013 г. и мае 2016, хотя и не достигли уровня 2014 г., но и негативные оценки этого параметра образа также выросли и достигли уровня 2012 г. (51%). Это говорит о том, что для Путина этот аспект его образа является наиболее выпуклым и заметным и для сторонников, и для противников. Второй по значимости аспект, на который также обращает внимание публика, это *моральные качества* и со знаком плюс, и со знаком минус. Их значение на старте избирательной кампании возрастет.

Наряду с привлекательностью образа обращают на себя внимание изменение таких параметров, как *сила и активность*. Так, хотя параметр силы в образе Президента выше сегодня, чем в прошлом электоральном цикле, он снизился за последние полгода и у его сторонников, и у противников. Активность же президента снизилась в глазах его сторонников, в то время, как его противники полагают, что она выросла, но оценивают ее со знаком минус.

Если говорить о *поведенческих аспектах* образа, то число тех, кто готов проголосовать сегодня за Путина постепенно снижается с 2014 г., но остается на весьма высоком уровне в 56% (см. Таб. 11).

Таблица 11

Если этот человек будет баллотироваться на пост Президента России, будете ли Вы за него голосовать? (Да)

	Май 2016	Октябрь 2016
Путин	58,1	56,5
Зюганов	11,6	6
Жириновский	3,8	6,8
Миронов	6,0	2,8
Навальный	12,5	13,2
Явлинский		18,8
Мальцев		0
Медведев		25
Касьянов		4,5

Table 11. If this person participates in the next Presidential elections, will you vote for him?

Бессознательный уровень восприятия по всем трем шкалам – привлекательности, силы и активности – выглядит значительно лучше, чем на рациональном уровне. Это говорит об имеющемся у Президента психологическом ресурсе на старте нового избирательного цикла.

Таким образом, следует отметить, что в сравнении со всеми другими российскими лидерами, В.В. Путин по-прежнему находится на недосягаемой высоте. Однако политическое восприятие лидеров весьма подвижно, и требуется отслеживать текущие тренды как на рациональном, так и особенно на латентном, бессознательном уровне, чтобы вовремя вносить коррективы в ход кампании.

## Заключение и выводы

1. Прошедшая избирательная кампания прошла успешно для власти. Правящая партия не просто набрала конституционное большинство в Думе. При этом ни в стране, ни за рубежом не возникло серьезных сомнений в итогах выборов, что обеспечило их легитимность.

2. Однако думские выборы 2016 г. не разрядили напряженности, как это обычно бывает. Инерционный характер кампании, дав власти тактический успех, привел к определенной *политической демобилизации общества*. И трудно ожидать, что сам факт президентских выборов автоматически мобилизует электорат. Кроме того, жесткая официальная внешнеполитическая риторика и предъявление образа врага имеет свои пределы и уже перестает оказывать то консолидирующее воздействие, которое она оказывала в предыдущие два года. Отсюда вытекает необходимость поиска новых позитивных целей и смыслов, новых ценностей в риторике власти. Кроме того, в предстоящей избирательной кампании потребуются и новая политическая стилистика.

3. Необходимость новой политической мобилизации общества диктуется не только требованием обеспечения явки (вспомним 20% явки в Москве), но и проблемой повышения доверия к власти в целом. Прошедшая избирательная кампания не дала ни новых смыс-

лов, ни новых идей, была просто скучной и не затронула граждан эмоционально. Похоже, она такой и задумывалась, чтобы не нарушить стабильность. Но в отличие от парламентской кампании, президентская не может быть такой. Уже много лет вся политическая система держится на авторитете Президента. К счастью, его образ сохраняет привлекательность в глазах граждан. Но общество давно ждет, что ему предъявят не только демонстрацию личной силы и надежности, но и программу действий, четкие смыслы и ценности. А с этим пока еще нет ясности.

4. В обществе наблюдается определенная ценностная консолидация, преимущественно патерналистского типа. В силу этого вряд ли стоит ожидать серьезного нарастания протестных настроений по стране в целом. Однако нельзя сказать, что опасность протеста полностью отсутствует. Протестные настроения локализованы в мегаполисах и крупных городах.

5. Значительное число россиян не просто готово жить в условиях делегативной демократии, принимают принцип «элитизма», но делают они это на определенных условиях (борьбы с коррупцией, заботы и внимания со стороны власти к обществу, невмешательства государства в сферу частного бизнеса, и, разумеется, поддержания законности и правопорядка). Поэтому, хотя в среднесрочной перспективе в обществе в целом существенных изменений не произойдет, но возможны локальные и региональные сдвиги. Кроме того нельзя экстраполировать состояние общества перед выборами в сентябре 2016 г. на 2018 г., когда экономическое состояние может ухудшиться.

6. Одним из рисков является низкий уровень доверия граждан к власти, вызванный невыстроенностью предлагаемых ею системы политических ценностей и смыслов, отсутствием разработанной идеологии и стратегии. Поэтому сигналы, идущие от власти, далеко не всегда вызывают доверие общества.

#### Литература:

- Задорин И.В. Качество и качества власти: восприятие населения // *Полития*. – 2005. – № 2. – С. 96-115.  
 Лапкин В.В., Семенов И.С. «Человек политический» перед вызовами «infomodernity» // *Полис. Политические исследования*. – 2013. – № 6. – С. 64-81.

Преснякова Л.А. Структура личностного восприятия политической власти // *Полис. Политические исследования*. – 2000. – № 4. – С. 135-139.

Шестонал Е. Образы власти в эпоху перемен (Психологическая трансформация общества в постсоветской России) / Четверть века после СССР: люди, общество, реформы. – М.: Издательство МГУ, 2015. – С. 291-330.

Шестонал Е.Б. Путин 3.0. Общество и власть в новейшей истории России. – М., Аргамак-Медиа, 2015. – С. 49-79.

Caplan, B. Rational Ignorance versus Rational Irrationality // *Kyklo*, 2001, Vol. 54, No. 1, pp. 3-26.

Granberg, D., Kasmer, J., Nanneman, T. An Empirical Examination of Two Theories of Political Perception // *Political Research Quarterly*, 1988, Vol. 41, No. 1, pp. 29-46.

Feldman, S.; Conover, P.J. Candidates, Issues and Voters. The Role of Inference in Political Perception // *Journal of Politics*, 1983, Vol. 45, No. 4, pp. 810-839.

Fiske, S.; Neuberg, S.N. A Continuum of Impression Formation, from Category-Based to Individuating Processes: Influences of Information and Motivation on Attention and Interpretation. in *Advances in Experimental Social Psychology* (ed. by M.P. Zanna). New York: Academic Press, 1990, Vol. 23, pp. 1-74.

King Pu-tung. The Press, Candidate Images, and Voter Perceptions. in *Communication and Democracy: Exploring the Intellectual Frontiers in Agenda-Setting Theory* (ed. by M. McCombs, D.L. Shaw, D. Weaver). Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc. 1997. Pp. 31-32.

Sniderman, P.M.; Brody, R.A.; Tetlock, P.E. Reasoning and Choice: Explorations in Political Psychology. Cambridge University Press. 1993. 324 p.

Sullivan, J.L.; Oxendine, A.; Borgida, E.; Riedel, E.; Jackson, M.; Dial, J. The Importance of Political Context for Understanding Civic Engagement: A Longitudinal Analysis // *Political Behavior*, 2007 March, Vol. 29, No. 1, pp. 31-67.

#### References:

Caplan, B. Rational Ignorance versus Rational Irrationality // *Kyklo*, 2001, Vol. 54, No. 1, pp. 3-26.

Feldman, S.; Conover, P.J. Candidates, Issues and Voters. The Role of Inference in Political Perception // *Journal of Politics*, 1983, Vol. 45, No. 4, pp. 810-839.

Granberg, D., Kasmer, J., Nanneman, T. An Empirical Examination of Two Theories of Political Perception // *Political Research Quarterly*, 1988, Vol. 41, No. 1, pp. 29-46.

Fiske, S.; Neuberg, S.N. A Continuum of Impression Formation, from Category-Based to Individuating Processes: Influences of Information and Motivation on Attention and Interpretation. in *Advances in Experimental Social Psychology* (ed. by M.P. Zanna). New York: Academic Press, 1990, Vol. 23, pp. 1-74.

King Pu-tung. The Press, Candidate Images, and Voter Perceptions. in *Communication and Democracy: Exploring the Intellectual Frontiers in Agenda-Setting Theory* (ed. by M. McCombs, D.L. Shaw, D. Weaver). Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc. 1997. Pp. 31-32.

Lapkin, V.V.; Semenenko, I.A. "Chelovek Politicheskii"pered vyzovamy "infomodernity" ("Homo Politicus" in the Face of "Infomodernity" Challenges) // *Polis. Politicheskie issledovaniya*, 2013, No. 6, С. 64-81.

Presnyakova, L.A. Struktura lichnostnogo vospriyatiya politicheskoi vlasti (Structure of Personal Perception of

Political Authority) // *Polis, Political studies*, 2000, No. 4, pp. 135-139.

*Shestopal, E.* Obrazy vlasti v epokhu peremen (Psikhologicheskaiia transformatsiia obshchestva v postsovetskoi Rossii) (Images of Authorities during Time of Change (Psychological Transformation of Society in Post-Soviet Russia)) / *Chetvert' veka posle SSSR: liudi, obshchestvo, reformy*. Moscow: Izdate'l'stvo MGU, 2015. Pp. 291-330.

*Shestopal, Elena.* New Trends in Russian Political Mentality / *Putin 3.0*. Lexington books, 2016. Pp. 37-67.

*Sniderman, P.M.; Brody, R.A.; Tetlock, P.E.* Reasoning and Choice: Explorations in Political Psychology. Cambridge University Press. 1993. 324 p.

*Sullivan, J.L.; Oxendine, A.; Borgida, E.; Riedel, E.; Jackson, M.; Dial, J.* The Importance of Political Context for Understanding Civic Engagement: A Longitudinal Analysis // *Political Behavior*, 2007 March, Vol. 29, No. 1, pp. 31-67.

*Zadorin, I.V.* Kachestvo i kachestva vlasti (Quality and Qualities of Power: Popular Perception) // *Politeia*, 2005, No. 2, pp. 96-115.

<http://dx.doi.org/10.18611/2221-3279-2017-8-2-119-129>

## PSYCHOLOGICAL STATUS OF RUSSIAN SOCIETY BETWEEN THE LATEST PARLIAMENTARY AND THE FUTURE PRESIDENTIAL ELECTIONS. COMPARATIVE ANALYSIS

Elena B. Shestopal

*Lomonosov Moscow State University,  
Moscow, Russia*

<p><b>Article history:</b></p> <p><i>Received:</i></p> <p style="text-align: right;">29 November 2016</p> <p><i>Accepted:</i></p> <p style="text-align: right;">1 February 2017</p>	<p><b>Abstract:</b> Paper presents the data from the study of psychological status of Russian society. As the study has shown a number of psychological parameters (concepts of justice, some political values, the level of influence of President Putin in public mentality) preserves rather consistent for a long time. Other indicators are transformed substantially under the influence of some factors including elections. Inertial character of the last elections gave tactical victory for authorities but caused political demobilization of Russian society. Respondents' images of Prime Minister, Presidential Administration, State Duma, governors, municipal power, courts, procurators and political parties substantially declined after 2016 elections. At the same time one could see the increase of the influence of the Council of Federation, security agencies and intelligence service. It also should be noticed that a radical views substantially declined as the conservative trend increased. It means that success of <i>the United Russia</i> was proved. At the same time one can speak about a clear growth of the left moods as the growth of the socialist and communist ideas was fixed in this study. Elections improved the image of authorities: respondents evaluate them more positively now. There is a new trend of decline of traditionally personified images of authority and the growth of the influence of political parties and groups though all the parties have lost their influence. One can suggest that citizens got used to this party system. The demand to have a formal party representation proves that values of formal democracy have been rooted in mass mentality.</p>
<p><b>About the author:</b></p> <p>Dr. of Philosophy, Professor, Head of the Department of Political Sociology and Psychology, the Faculty of Political Science, MSU</p> <p>e-mail: shestop0505@rambler.ru</p>	
<p><b>Key words:</b></p> <p>psychological status of the society, images of authority and leaders, parliamentary and presidential elections in Russia</p>	

*Для цитирования:* Шестопал Е.Б. Психологическое состояние российского общества между парламентскими и президентскими выборами. Сравнительный анализ // *Сравнительная политика*. – 2017. – № 2. – С. 119-129.

DOI: 10.18611/2221-3279-2017-8-2-119-129

*For citation:* Shestopal, Elena B. Psikhologicheskoe sostoianie rossiiskogo obshchestva mezhdru parlamentskimi i prezidentskimi vyborami. Sravnitel'nyi analiz (Psychological Status of Russian Society between the Latest Parliamentary and the Future Presidential Elections. Comparative Analysis) // *Comparative Politics Russia*, 2017, No. 2, pp. 119-129.

DOI: 10.18611/2221-3279-2017-8-2-119-129