

Козловская Н.В. Образ современного политика в представлении студенческой молодежи



English version: [Kozlovskaya N.V. The image of a modern politician in students' representations](#)

Ставропольский государственный университет, Ставрополь, Россия

[Сведения об авторе](#)

[Литература](#)

[Ссылка для цитирования](#)

Рассматриваются условия и факторы формирования политических образов в обыденном сознании. Изучались особенности восприятия молодежным электоратом образа современного политического деятеля в группах респондентов ($N = 180$) с разным уровнем самоактуализации. Основным методом исследования – построение семантических пространств, являющихся аналогом категориальной структуры сознания. Выделены основные категориальные структуры, описывающие образ политика в массовом сознании молодежи.

Ключевые слова: имидж политика, аттитюд, социальная перцепция, обыденное сознание, психосемантика, самоактуализация

Имидж современного политического лидера рассматривается сегодня учеными как сложный социально-психологический феномен, в котором в неразрывном единстве представлены не только личностные качества, объективно присутствующие и проявляющиеся в его поведении, но и определенные элементы образа, созданного средствами массовой информации или уже имеющегося в сознании избирателей, что, в свою очередь, ведет к формированию стереотипных представлений о политике. Учет этих стереотипов необходим при планировании и проведении избирательной кампании, поскольку сложившийся в сознании электората образ обуславливает не только отношение к политику, но и проявление политической активности на выборах. Как пишет М.Н.Шашлов, «неспособность изменить реальность согласно представлениям граждан о том, какой она должна быть, либо убедить их, что происходящее есть лучший вариант развития событий из всех возможных, оканчивалось, как правило, сменой правящих элит. Поэтому естественно, что проблема построения идеальных образов (сложившейся ситуации, правительства и прочих элементов социальных отношений) и внедрения их в массовое сознание приобрела решающее значение» [Шашлов, 2001, с. 84].

Однако, несмотря на возросший интерес к электоральному поведению, личности политических лидеров и их имиджу, к путям повышения эффективности рекламных политических кампаний, исследованию установок граждан по отношению к политическим лидерам с учетом психологических особенностей самих избирателей уделяется недостаточно внимания. Именно это и определило цель нашего исследования – выявление психологических условий, оказывающих влияние на процесс восприятия и оценки политических лидеров, на формирование положительного образа политика.

Условия и факторы формирования политических образов в обыденном сознании

избирателей

Процесс восприятия политических лидеров, как правило, осуществляется в ходе массовых и публичных коммуникаций. При этом, по мнению Е.В.Егоровой-Гантман и И.Минтусова [Политическое консультирование, 2002], именно психологические факторы оказывают определяющее влияние на формирование у избирателей образа политического лидера.

Одним из таких факторов является социальная установка, или аттитюд. Б.Ф.Ломов считает аттитюды важным компонентом структуры личности, указывающим на сущность и степень значимости для субъекта того или иного социального объекта или классов объектов [Ломов, 1984]. С точки зрения автора, они выступают в качестве ориентиров жизнедеятельности личности в мире. По отношению же к политическим лидерам установка в основном рассматривается как эмоция определенной модальности, возникающая в связи с восприятием политика.

В свою очередь Е.В.Егорова-Гантман, И.Минтусов выделяют три группы факторов, опосредующих процесс восприятия электоратом политического лидера [Политическое консультирование, 2002]. Они предположили, что процесс понимания будет опосредован факторами, относящимися к познавательной сфере избирателей, и особенностями коммуникативной системы; процесс суждения – факторами, характеризующими мотивационно-потребностную сферу, и прототипами политического лидера, существующими у субъекта восприятия. Третью группу факторов составляют социально-психологические особенности избирателей как субъектов восприятия.

Кроме того, Е.В.Егорова-Гантман выделяет так называемые фоновые (усвоены с детства, обладают стабильностью и малой изменчивостью с течением времени) и ситуативные факторы. Первые оказывают влияние на формирование образа политика вне зависимости от конкретных условий и событий; вторые активизируются только в определенных ситуациях, а при других обстоятельствах их состояние можно назвать латентным [Там же. С. 127–128].

Наконец, процесс восприятия опосредуется перцептивными схемами (У.Найссер [Найссер, 1981]), гипотезами (Брунер [Брунер, 1977]) или личными системами конструкторов, категорий (Дж.Келли [Келли, 2000]), направляющими перцептивные и мыслительные действия потенциальных избирателей в процессе восприятия и осмысления ими релевантной информации. Эти схемы, или системы конструкторов, категорий составляют когнитивную основу имплицитных убеждений, идей в отношении того, каким, по мнению избирателей, должен быть политический лидер.

Таким образом, установки восприятия, определяющие специфику отбора информации и тем самым задающие определенность процессу восприятия имиджа политика массами, приводят к тому, что в сознании личности складывается образ политика, который может соответствовать / не соответствовать воспроизводимому политиком имиджу.

При этом установки восприятия политического лидера, на наш взгляд, не только исполняют роль «фильтра» по отношению к информации о политике, но и в целом задают характер познания субъектов политики массами. Как писал Р.Б.Гиттельмахер, «одним из принципиальных вопросов социальной перцепции является следующий: какие качества и свойства ищет субъект восприятия в другой личности?» [Гиттельмахер, 1991, с. 131].

Именно ответ на этот вопрос и представляется нам ключевым при анализе факторов выбора избирателями того или иного политика.

Организация и методы исследования

Мы предположили, что 1) процесс восприятия политических лидеров, оценка их образов в обыденном сознании молодежи обусловлен психологическими особенностями электората; 2) основным компонентом формирования индивидуального имиджа политика является самоотношение и отношение избирателей к другим.

Выборка

Исследование проводилось в 2010 году на базе Ставропольского государственного университета. В качестве испытуемых выступили студенты 2–5-го курсов психологического, экономического и юридического факультетов, в количестве 180 человек.

Методики

В качестве основных методов исследования были использованы Самоактуализационный тест и авторский опросник «Семантический дифференциал».

Самоактуализационный тест [Фетискин, Козлов, Мануйлов, 2002, с. 426–433] был применен с целью определения психологических условий (ценностные ориентации, аттитюды, индивидуальные особенности личности), оказывающих влияние на восприятие образа политика. Методика представляет собой русскоязычную адаптацию (авторы Ю.Е.Алешина, Л.Я.Гозман, М.В.Загика и М.В.Кроз) известного опросника личностных ориентаций Э.Шострома (Personal Orientation Inventory – POI).

Выбор данного метода был также обусловлен тем, что при восприятии самых разных сфер жизни (в том числе политики) более объективными и менее эмоциональными являются именно самоактуализирующиеся люди. При этом, как считает А.Маслоу, ожидания, тревоги, стереотипы не оказывают на восприятие самоактуализирующегося человека решающего влияния, определяющего его гражданскую позицию. Кроме того, у самоактуализирующихся личностей *нет предубеждений*, и поэтому они *уважают других людей*, независимо от того, к какому классу, расе, религии, полу те принадлежат, каков их возраст, профессия и прочие показатели статуса. И наконец, самоактуализирующиеся люди находятся в гармонии со своей культурой, сохраняя в то же время определенную внутреннюю независимость от нее. Они обладают автономностью и уверенностью в себе, и поэтому их мышление и поведение не поддается социальному и культурному влиянию [Маслоу, 1999]. Все это позволяет прогнозировать более объективное восприятие данной категорией людей образов политических деятелей, выделение существенных, непредвзятых характеристик изучаемых объектов.

Для реконструкции целостного представления молодежи о политических реалиях, связанных с возможным политическим выбором, мы использовали метод *семантического дифференциала* [Петренко, 2005]. Его применение в данной работе было обусловлено тем, что именно психосемантические методы являются оптимальными для решения исследовательских задач, связанных с выявлением скрытых процессов, влияющих на поведение человека и определяющих его оценку тех или иных социальных явлений.

Метод семантического дифференциала (СД) был создан группой американских исследователей под руководством Ч.Осгуда [Осгуд и др., 1972]. В нашей стране его разработкой и активным применением занимаются такие психологи, как Е.Ю.Артемьева [Артемьева, 1999], В.Ф.Петренко [Петренко, 2005], А.Г.Шмелев [Шмелев, 2002] и др.

Специально для целей нашего исследования был составлен опросник, который вначале был апробирован на небольшой выборке испытуемых. Часть характеристик, вошедших в него, были получены нами в результате проведения предварительного опроса среди студенческой молодежи, которых просили назвать три главных качества, характерных, с их точки зрения, для современного

политика (в опросе приняли участие 100 человек). Полученные качества были проранжированы по степени частотности употребления. Чтобы «уравновесить» положительные и отрицательные характеристики, группа экспертов-психологов в количестве трех человек, опираясь на «Атлас личностных черт» [Шмелев, 2002, с. 381–436], подобрала к этим качествам антонимы. Это дало возможность построить семантический дифференциал с использованием биполярных шкал для оценок интересующих нас объектов.

Шкалы СД. Из всего набора шкал для исследования экспертами было отобрано 63, получившие наибольшую частотность употребления. Далее они были сгруппированы таким образом, чтобы с их помощью можно было оценить различные стороны личности: отношение к делу, отношение к людям, внешние данные, внутренние качества и т.п. Затем выделенные качества разбивались в случайном порядке, чтобы не создавать у испытуемых установки на положительный / отрицательный ответы.

Объекты шкалирования. Для оценки испытуемым было предложено шесть объектов: «современный политический лидер», «идеальный политик», «слабый политик», «сильный политик», «политик, за которого я бы проголосовал на выборах», «политик, за которого я не стал бы голосовать» (респондентам предлагалось оценить данные образы по шкалам, представив, каким, по их мнению, должен быть такой политик).

Процедура. Испытуемым предлагалось оценить предложенные в опросном листе качества по шестибальной шкале от 0 до 5, где 0 ставился, если качество не проявляется у данной ролевой позиции, 5 – если оно сильно выражено, и баллы от 1 до 4 – по степени выраженности качества у оцениваемой позиции.

Методы анализа данных

Обработка результатов проводилась методом факторного анализа. В процессе факторного анализа осуществлялся поворот факторных осей методом Varimax. Данные обрабатывались с помощью статистического пакета SPSS 8.0.

На основе результатов, полученных по методике «Самоактуализационный тест», все испытуемые были разделены на три группы. Первую группу составили респонденты, получившие по шкале *Поддержки* самый высокий балл – 60,1, что составляет 68 стандартных единиц, находится в диапазоне свыше 55 баллов и означает наличие у испытуемых высокого уровня самоактуализации (60 человек). Во вторую группу вошли респонденты, получившие 50 баллов, или 55 стандартных единиц по шкале, что является показателем нормы, или среднего уровня самоактуализации (56 человек). Третья группа (64 человека) была сформирована из респондентов, у которых был выявлен низкий уровень самоактуализации (39 баллов по шкале).

Данные семантического дифференциала были сгруппированы в соответствии с выделенными выборками и подвергнуты количественно-качественному анализу.

Результаты

Респонденты с высоким уровнем самоактуализации

Исследование особенностей восприятия респондентами образов политических лидеров показало, что в данной выборке выделилось два значимых фактора, объясняющих соответственно 47,7% и 23,6% общей дисперсии.

Ниже мы приводим пункты опросника, сгруппированные по выделенным факторам, с указанием веса факторных нагрузок этих шкал, отражающих величину проекции вектора-пункта опросника на ось фактора, что в содержательном плане отражает степень выраженности в данном пункте некоторого общего смысла, представленного в факторе [Петренко, Митина, 1997]. При этом знак факторной нагрузки содержательного смысла не имеет. Он показывает, к какому полюсу фактора относится данный пункт опросника. (В рамках данной статьи мы описываем только шкалы, вошедшие в факторы с наиболее высокими факторными нагрузками, с целью дать читателю представление о наполняемости фактора; некоторые шкалы мы упоминаем при содержательном анализе факторов.)

Фактор 1 имеет наибольший вес или наибольшую информативность (47,7%) и включает в себя следующие шкалы (здесь и далее приводятся названия шкал, цифра справа от названия означает факторную нагрузку):

На положительном полюсе На отрицательном полюсе

Отходчивый	0,85	Диктатор	-0,85
Простой	0,85	Высокомерный	-0,81
Безотказный	0,84	Конфликтный	-0,81
Сочувствующий	0,83	Въедливый	-0,81
Открытый	0,83	Беспощадный	-0,80
Откровенный	0,83	Сложный	-0,80

Расположение шкал на положительном полюсе фактора дает нам представление об эмпатийном, добром, утонченном человеке, который не может не нравиться. Он способен вызывать симпатию у людей, которым импонируют не только наличие у него важных моральных, нравственных качеств, но и умение мыслить (интеллект), эффективно взаимодействовать с окружающими (коммуникативные умения). Кроме того, на этом же полюсе выделились качества, характеризующие внешние данные политиков (симпатичный; приятный; эlegantный и др.). В представлении респондентов такими качествами обладают позиции «идеальный политик», «политик, за которого я бы проголосовал на выборах» и в некоторой степени «сильный политик».

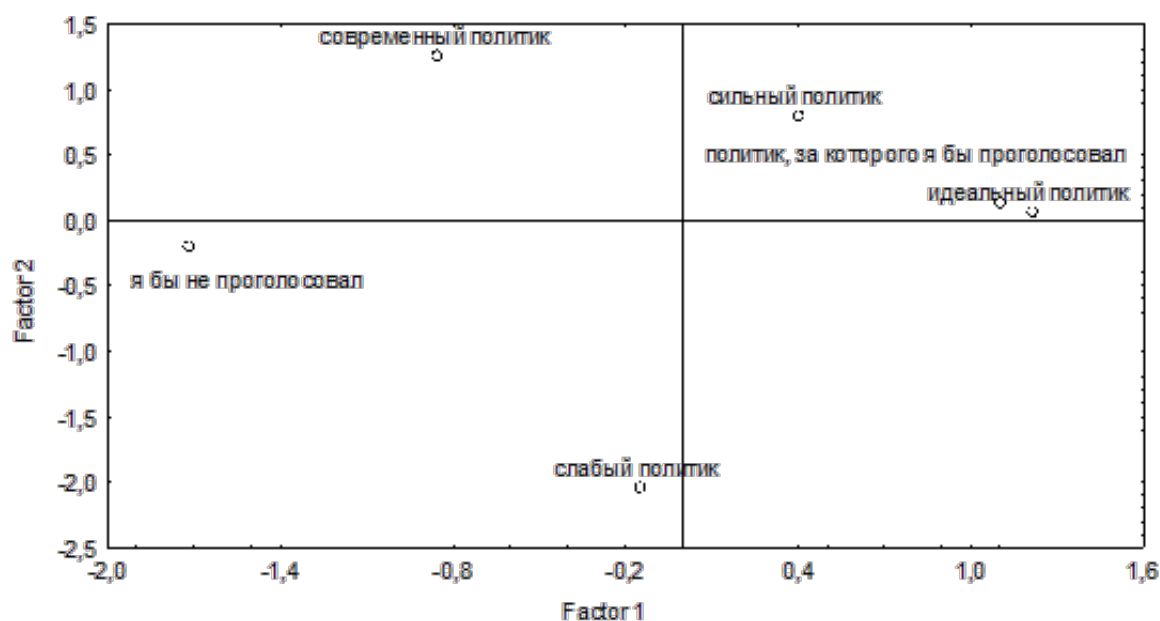


Рис. 1. Образ современного политика в семантическом пространстве факторов 1 и 2.

Другой полюс фактора составили шкалы, характеризующие человека с противоположной стороны – как человека жесткого, высокомерного, конфликтного и даже беспощадного.

На этом полюсе выделились такие позиции, как «политик, за которого я не стал бы голосовать», «современный политик», «слабый политик».

Такое расположение шкал позволяет нам интерпретировать данный фактор как фактор «Чувствительный интеллигент – жесткий диктатор». Данный фактор похож на фактор «Оценка», выделенный в исследованиях Ч.Осгуда [Осгуд и др., 1972], в нашем случае – «Моральная оценка».

В представлении респондентов современный политик достаточно сложный, въедливый, конфликтный, корыстолюбивый.

Фактор 2 (23,6% информативности) включает следующие шкалы:

На положительном полюсе На отрицательном полюсе

Формалист	0,83	Мягкий	–0,82
Крутой	0,82	Домашний	–0,81
Сладкоречивый	0,80	Безобидный	–0,76
Грозный	0,77	Сентиментальный	–0,71
Хитрый	0,77	Романтик	–0,71
Самоуверенный	0,73	Впечатлительный	–0,70

Основное содержание данного фактора можно определить, как сильную, деятельную властность в противоположность бездеятельной мягкости, безобидности. Поэтому данный фактор можно кратко обозначить как «Сила – Слабость» (это подтверждает и распределение ролевых позиций на полюсах фактора: Сильный политик – Слабый политик).

При этом на одном полюсе находятся шкалы, которые создают образ изворотливого политика, умеющего оказывать влияние на людей, добиваясь при этом личных целей; власть для него – удовлетворение собственных амбиций. А на другом полюсе – образ слабого политика, у которого отсутствуют волевые качества, поэтому он не может противостоять трудностям жизни.

Исходя из этого, мы назвали данный фактор «Самоуверенный формалист – Уязвимый романтик» с выраженным смысловым оттенком «прагматизм – наивность в жизни».

Современный политик, в представлении респондентов, является «сильным», поскольку знает, как надо себя вести в разных ситуациях и с разными людьми. Несмотря на наличие таких шкал, как формалист, крутой, сладкоречивый, грозный, хитрый и др., этот образ не является отталкивающим. Респонденты выделяют у него и такие качества, как тонкий, эффектный, артистичный, остроумный, что позволяет нам предположить, что в глазах респондентов такие политики хорошо адаптируются к существующим обстоятельствам, прежде всего потому, что, на самом деле, они выше этих обстоятельств, у них есть возможности подняться над собой и над ситуацией.

Респонденты со средним уровнем самоактуализации

В этой группе было выделено пять факторов.

Фактор 1. Мощность вклада в общую дисперсию (информативность) 31,2%. Включает следующие шкалы:

На положительном полюсе На отрицательном полюсе

Духовный	0,79	Непонятный	–0,73
Самоуверенный	0,77	Хрупкий	–0,72
Терпимый	0,76	Подозрительный	–0,72
Тонкий	0,76	Таинственный	–0,72
Упрямый	0,75	Конфликтный	–0,71
Интересный	0,75	Высокомерный	–0,69

При анализе шкал данного фактора можно предположить, что составляющие его содержание личностные характеристики в основном описывают социально приемлемые / неприемлемые качества. Причем самодостаточность, духовность противопоставляются конфликтности и высокомерию и характеризуют человека с позиции силы / слабости. Поэтому данный фактор можно обозначить как «Социальная ориентация – Социальная ригидность» с выраженным смысловым оттенком «адаптация к социальным условиям».

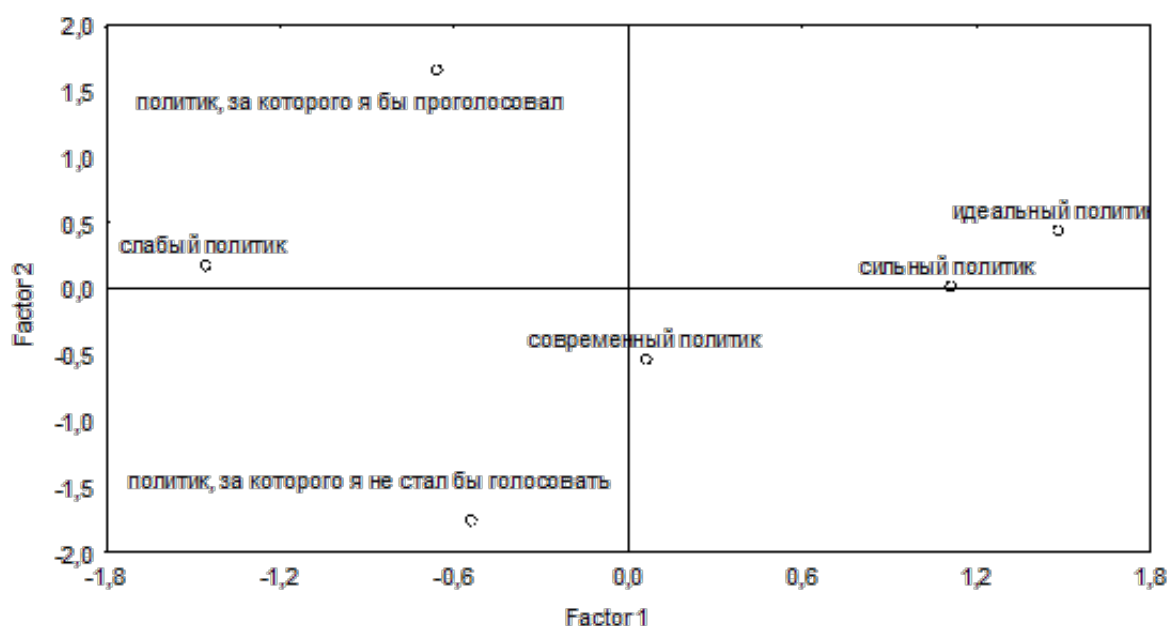


Рис. 2. Образ современного политика в семантическом пространстве факторов 1 и 2.

С точки зрения респондентов, сильный политик должен быть идеальным во всех проявлениях (см. расположение ролевых позиций на рис. 2): и в отношениях с людьми (терпимый, тонкий, справедливый, уживчивый), и в отношении к делу (чистый, оригинальный, честный, находчивый), и в отношении к постановке и принятию решений (формалист, творческий, разносторонний, самостоятельный). Однако, с точки зрения испытуемых, современный политик вряд ли отвечает данным требованиям.

Фактор 2 объясняет 24,2% общей дисперсии и включает следующие шкалы:

На положительном полюсе На отрицательном полюсе

Сочувствующий	0,83	Завистливый	–0,62
Безотказный	0,82	Корыстолюбивый	–0,62
Гуманный	0,79	Сложный	–0,61
Искренний	0,79	Сухой	–0,51
Снисходительный	0,78	Мечтательный	–0,50

Содержание фактора связано с моральной оценкой, где сочувствие, безотказность и гуманность противопоставляются зависти и корыстолюбию. Поэтому его можно обозначить как «Сочувствующий гуманист – Корыстолюбивый завистник».

По данному фактору для респондентов наиболее привлекательным является политик с устойчивыми нравственными качествами, равнодушный к жизни страны и людей, милосердный и гуманный; он умеет ладить с людьми, вызывает симпатию, приветливый и приятный в общении. Именно за такого политика они бы проголосовали на выборах.

Фактор 3. Вклад в общую дисперсию 5,01%; включает следующие шкалы:

На положительном полюсе На отрицательном полюсе

Простой	0,84	Грозный	–0,77
Восприимчивый	0,59	Спорщик	–0,71
		Крутой	–0,56

Мы назвали данный фактор «Простой – Грозный», с выраженным смысловым оттенком «эмоциональная стабильность».

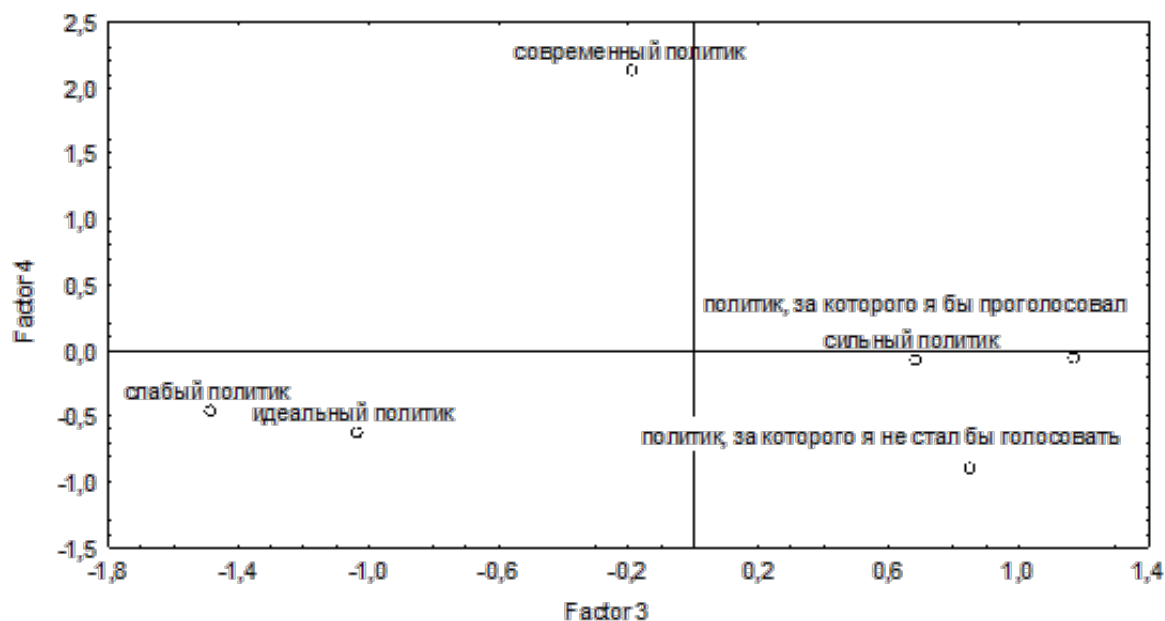


Рис. 3. Образ современного политика в семантическом пространстве факторов 3 и 4.

С точки зрения респондентов, простота является характеристикой слабого политика, идеального политика (см. рис. 3). А вот современный политик, хотя и находится на этом полюсе, но нагрузка его по фактору выражена слабо, что может свидетельствовать о том, что наши респонденты не

могут точно определить его характеристику.

В то же время в восприятии испытуемых сильный политик представляет реальную угрозу, поскольку он профессиональный конфликтант, чувствующий за собой силу. Правда, и в данном случае у респондентов возникает диссонанс: они не знают, как вести себя по отношению к такому политику (образы «Политик, за которого я бы проголосовал на выборах», «Политик, за которого я не стал бы голосовать» находятся на одном полюсе и имеют значимую оценку).

Фактор 4 составил 10,6% вклада в общую дисперсию (информативность). В него вошли следующие шкалы:

На положительном полюсе На отрицательном полюсе

Хитрый	0,82	Романтик	–0,74
Сладкоречивый	0,76	Сентиментальный	–0,68
Амбициозный	0,56	Лояльный	–0,65
		Безобидный	–0,60

Сочетание шкал позволило нам назвать данный фактор «Хитрый манипулятор – Сентиментальный романтик».

С точки зрения респондентов, манипулятором является современный политик. Данный образ не импонирует нашим респондентам, однако и сентиментальный романтик с его лояльностью, безобидностью поведения также не вызывает симпатию, поскольку он слабый, и испытуемые не хотят голосовать за такого политика (расположение позиций на рис. 3).

Фактор 5 (3,5% общей дисперсии) является униполярным и включает качества: Беспощадный (факторная нагрузка 0,71), Диктатор (0,70). Пятый фактор был назван нами фактором «Беспощадный диктатор» с выраженным смысловым оттенком «отношение к людям».

В представлении испытуемых эта характеристика в большей степени присуща сильному политику. Однако на этом же полюсе оказалась и позиция «слабый политик». Мы считаем, что такое расположение позиций может свидетельствовать об отсутствии у респондентов четкого осознания отличительных особенностей данных образов, единого представления об образе политического лидера. На правомерность такого предположения указывает и тот факт, что позиции «политик, за которого я не стал бы голосовать» и «политик, за которого я бы проголосовал на выборах» также оказались на одном полюсе с равной оценкой по данному фактору (–0,59 и –0,56 соответственно). На этом же полюсе выделились образы «Идеальный политик» и «Современный политик». При этом в наибольшей мере по фактору противостоят такие позиции, как сильный и идеальный политик.

Респонденты с низким уровнем самоактуализации

В данной группе, как и в предыдущей, были выделены 5 факторов.

Фактор 1 (28,4% информативности) включал следующие качества:

На положительном полюсе На отрицательном полюсе

Отходчивый	0,80	Корыстолюбивый	–0,74
------------	------	----------------	-------

Прощающий	0,80	Мечтательный	-0,74
Снисходительный	0,79	Фантазер	-0,73
Широкий	0,76		
Светлый	0,75	Завистливый	-0,72

Мы назвали данный фактор фактором «Альтруизм – Корыстолюбие» с выраженным смысловым оттенком «отношение к людям». Данный фактор является фактором оценки.

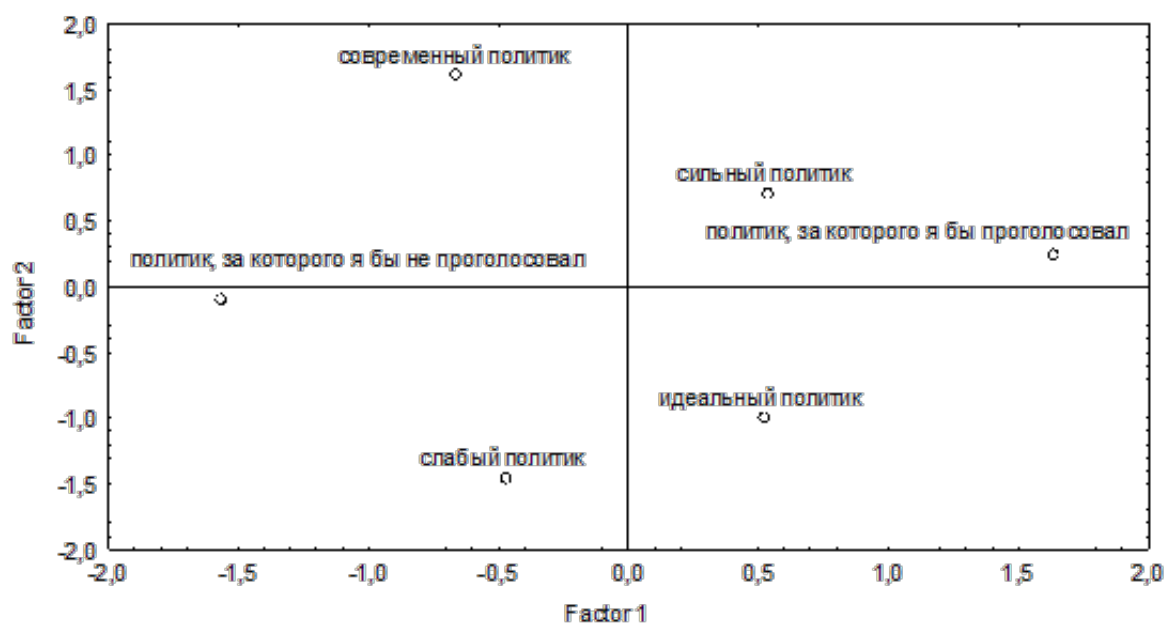


Рис. 4. Образ современного политика в семантическом пространстве факторов 1 и 2.

Наиболее обходительными, прощающими, снисходительными, в глазах респондентов, являются позиции сильного политика и идеального политика (рис. 4), за которых они отдали бы свои голоса на выборах (позиция «Политик, за которого я бы проголосовал на выборах» находится на этом же полюсе).

При этом наших испытуемых привлекают в таком политике не только его милосердие и великодушие, но и умение адекватно взаимодействовать с окружающими, устанавливая с ними доброжелательные, равноправные, партнерские отношения (приветливый, открытый, искренний, лояльный и др.), а также его внешняя и внутренняя привлекательность, способствующая позитивному восприятию политического деятеля (симпатичный, приятный, светлый, широкий и др.).

В то же время современный политик, в представлении респондентов данной группы, является завистливым, склонным к фантазированию и прожектерству. За такого политика наши респонденты не стали бы голосовать, поскольку в этом они видят проявление его слабости.

Фактор 2 объясняет 11,5% общей дисперсии и включает следующие шкалы-характеристики:

На положительном полюсе		На отрицательном полюсе	
Крутой	0,82	Безобидный	-0,78
Хитрый	0,80	Восприимчивый	-0,75
Индивидуалист	0,74	Домашний	-0,74

Сладкоречивый	0,72	Мягкий	–0,58
Формалист	0,63		

Второй фактор может быть назван фактором «Хитрый индивидуалист – Безобидный инфантилист». Этот фактор напоминает фактор «Сила – Слабость», выделенный в исследованиях Ч.Осгуда [Осгуд и др., 1972].

Современный политик, в представлении респондентов, является крутым, хитрым, достаточно сладкоречивым и амбициозным. Однако именно эти качества делают его, с точки зрения испытуемых, сильным, за которого они, возможно, «проголосовали бы на выборах» (см. рис. 4). А вот идеальный политик, с позиции респондентов, – безобидный, домашний и потому слабый.

Фактор 3 (29,1% общей дисперсии) включает шкалы:

На положительном полюсе На отрицательном полюсе

Нестандартный	0,79	Трудный	–0,74
Утонченный	0,77	Сухой	–0,72
Элегантный	0,76	Непонятный	–0,71
Творческий	0,76	Подозрительный	–0,69
Чистый	0,75	Въедливый	–0,67

Сочетание шкал, образующих данный фактор, характеризует человека с разных сторон: интеллектуальной, коммуникативной, духовной, физической. Мы назвали данный фактор «Нестандартность поведения», с выраженным смысловым оттенком «направленность на людей или от людей».

С точки зрения респондентов, направленным на взаимодействие с людьми, утонченным, творческим, чистым и порядочным является только идеальный политик. Близко примыкает к нему образ сильного политика, который силен тем, что, в понимании испытуемых, является честным, самостоятельным, интересным, разносторонним и т.д. В какой-то степени этими характеристиками может обладать и современный политик (находится на этом же полюсе, правда с меньшей нагрузкой).

Наложение двух семантических пространств, шкал-характеристик и оцениваемых образов, позволяет предположить, что в восприятии респондентов современный политик – это человек изворотливый, самоуверенный, упрямый, но, тем не менее, уживчивый. Слабость же политиков, с позиции респондентов, заключается в том, что они проявляют подозрительность в отношениях с людьми, конфликтны, высокомерны, тщеславны. Их трудно понять из-за их таинственности и сложности.

Расположение на отрицательном полюсе таких позиций, как «политик, за которого я бы отдал свой голос на выборах» и «политик, за которого я не стал бы голосовать», со значимой оценкой по фактору может свидетельствовать, на наш взгляд, о неспособности испытуемых определить свое истинное отношение к политикам и выборам.

Фактор 4 (2,7% информативности) является униполярным и включает следующие качества: *Тонкий* (факторная нагрузка –0,59) и *Простой* (–0,52). Содержание этого смыслового конструкта позволяет назвать его фактором «Интеллигентность».

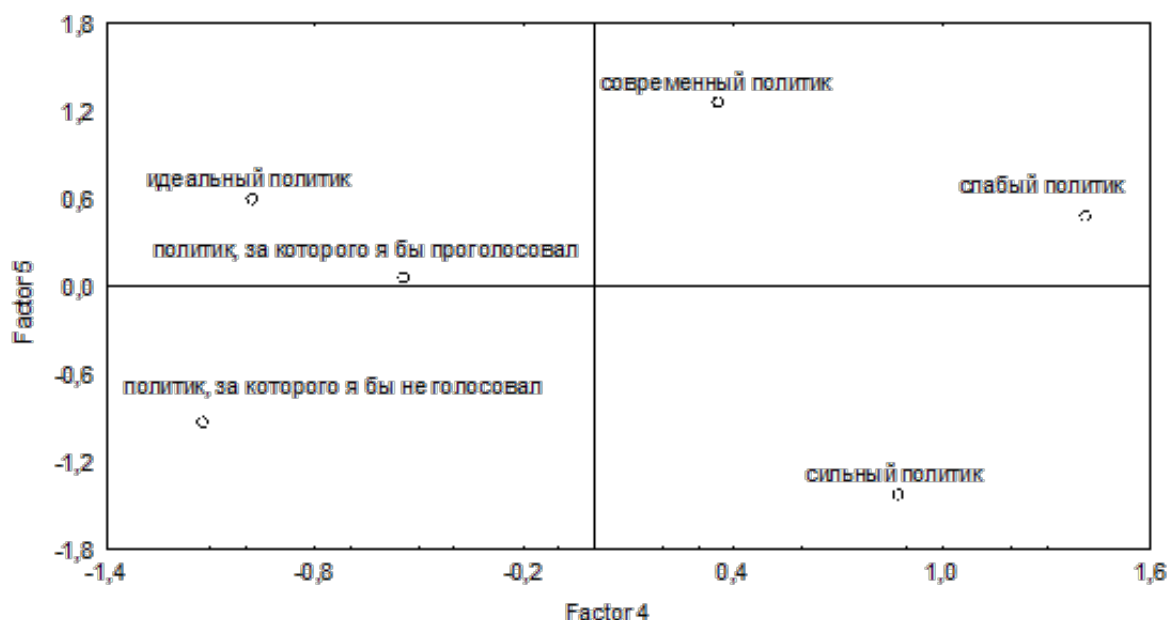


Рис. 5. Образ современного политика в семантическом пространстве факторов 4 и 5.

Рассматривая данный фактор, мы также можем констатировать некую двойственность в представлении респондентов о политическом деятеле. С одной стороны, они считают, что выделенные качества характеризуют слабую сторону политика, с другой стороны, эти же качества присущи и сильному политику. Образ «Современный политик» находится на этом же полюсе, правда с незначительной оценкой (см. рис. 5).

Фактор 5 (2,7% общей дисперсии) униполярный, представлен шкалами-характеристиками: Грозный (-0,67), Беспощадный (-0,51). Данный фактор был интерпретирован как фактор «Сильная властность». С точки зрения респондентов, современный политик не отличается ни сильной властностью, ни беспощадностью (см. рис. 5).

Обсуждение

В результате проведенного нами исследования были выявлены факторы, представляющие собой основные параметры личности, по которым наши респонденты оценивают политических деятелей.

Данные характеристики являются обобщенными инвариантами восприятия – установками, принадлежащими некоему коллективному субъекту. Значение полученных результатов в том, что они позволяют представить те характеристики, по которым в первую очередь оцениваются политики в массовом сознании молодежи. (Разумеется, индивидуальные оценки образов политических лидеров гораздо шире и вариативнее выделенных параметров.)

Оценивая образ политика, за которого наши респонденты проголосовали бы на выборах, испытуемые с высоким уровнем самоактуализации обращают, прежде всего, внимание на такие качества, как коммуникабельность, открытость в общении, терпимость, снисходительность к человеческим слабостям, умение прощать. При этом сила политического лидера, в представлении респондентов первой группы, заключается в том, что он подчиняется внутренним детерминантам – моральным нормам и правилам поведения в обществе, которые присущи ему и являются неотъемлемой частью его личности.

Лидер является человеком независимым, самостоятельным, активным в достижении своих целей. С

позиции респондентов, сильный лидер должен быть достаточно самоуверенным при принятии политических решений, чтобы суметь передать эту уверенность другим. Для этого он использует манипулятивные приемы воздействия, однако делает это достаточно тонко, «артистично» и остроумно.

Именно таким респонденты представляют современного политического деятеля. И в этом отношении они принимают особенности его поведения и готовы проголосовать за него.

Таким образом, стремление к гармоничному бытию и здоровым отношениям с людьми, в представлении респондентов, сочетается у политика с манипулированием людьми для достижения поставленных целей.

Как видим, создается целостный образ политика, способного к совместной деятельности с другими, использующего навыки межличностных отношений для эффективной работы с различными группами людей, обладающего достаточными знаниями и интеллектом, чтобы воспринять проблему, способного к творческому преодолению возможных препятствий, конфликтов и нахождению новых решений, умеющего оказывать влияние на людей, вести их за собой.

Обобщая все сказанное, можно считать, что для высоко самоактуализированных избирателей характерно выделение в политическом лидере, прежде всего, психологического уровня его личности, то есть эмоционального начала, характера и воли политика.

Н.И.Рейнвальд утверждает, что «ум, воля, чувства (эмоции), интуиция признаны народной мудростью главными «составляющими» внутреннего мира человека» [Рейнвальд, 1992, с. 59]. Сильное эмоциональное начало и высокий интеллектуальный уровень, дополненные решительностью, могут, по мнению Т.А.Невской, «сослужить службу и действующему политическому лидеру, и политику, стремящемуся к завоеванию высот политического олимпа» [Невская, 2007, с. 148]. И далее: «Психологические компоненты в структуре личности политика по своему значению в формировании имиджа могут стать выдающимся ресурсом при их положительном знаке, и, наоборот, политик, не обладающий отмеченными качествами, вряд ли сумеет в формировании своего имиджа компенсировать это другими ресурсами» [Там же. С. 149].

Респонденты со средним уровнем самоактуализации, воспринимая политического лидера, в первую очередь обращают внимание на социально желательные черты, необходимые для успешной адаптации в жизни. При этом происходит смешение черт разного уровня: высокая моральность, порядочность и утонченность сочетаются с эгоистическими качествами – самоуверенностью, упрямством и формальным отношением к делу.

Наиболее важными качествами политика, делающими его сильным в глазах испытуемых, являются духовность, терпимость, гуманность и честность, а также оригинальность, творческий подход, разносторонность интересов, нестандартность мышления и поведения, находчивость и самостоятельность, остроумие и культура.

Однако, в представлении респондентов, сильный политик эмоционально нестабилен: он не может контролировать свое поведение (спорщик, диктатор). При этом он лоялен, безобиден и даже впечатлителен.

Мы считаем, что такое сочетание шкал-характеристик может свидетельствовать о неспособности наших респондентов дифференцировать личностные качества политика и выделить наиболее существенные, необходимые для решения текущих и перспективных политических задач. С одной стороны, респонденты, воспринимая образ политика, выделяют качества, характеризующие социальный уровень личности: систему побуждений или мотивов, а также влечений и установок, которые являются важными характеристиками деятельности политического лидера. С другой стороны, они весьма противоречиво определяют свое отношение к данному образу: не знают, нужен

ли им такой лидер (образы «Политик, за которого я бы проголосовал на выборах» и «Политик, за которого я не стал бы голосовать» во всех выделенных факторах, кроме второго, находятся рядом, на одном полюсе).

При этом наиболее привлекательным для них является политик с высокими моральными качествами (сочувствующий, безотказный, гуманный, снисходительный). Однако они не считают, что нарисованный ими образ является идеальным (позиция имеет незначительную выраженность по данному фактору).

Можно предположить, что такой образ политика навеян стереотипом «доброго государя», «царя-батюшки», «заступника и кормильца», который сложился у русского народа с давних времен и является достаточно сильным и живучим, несмотря на то что изменились социальные, экономические и политические условия жизни страны.

Таким образом, можно констатировать, что наши испытуемые с внешним локусом контроля, психологически зависимые от внешних факторов и обстоятельств переносят свои качества на воспринимаемый образ политика, который хотя и ориентирован на мнение других людей или обстоятельства, однако не обладает лидерскими качествами, активностью, способностью увлечь и повести людей за собой.

В группе респондентов с низким уровнем самоактуализации позитивный образ политика включает такие качества, которые описывают альтруистическое отношение к людям: отходчивый, прощающий, снисходительный, милосердный, великодушный и др. Создается образ сильного, идеального политика, которому доверяют избиратели данной группы. В то же время респонденты воспринимают сильного политика как человека крутого, хитрого и сладкоречивого, стремящегося к достижению собственных целей и интересов (индивидуалист). Они принимают такие проявления как необходимые для политика качества, позволяющие ему удержаться на политической сцене. Однако не приемлют в нем агрессивных проявлений, хотя и считают их показателем силы политического деятеля.

Кроме того, для испытуемых данной группы положительными качествами политика являются нестандартность поведения и решений, творческий подход к работе, чистота и порядочность, справедливость и честность. Для них идеальный политик – это человек эффектный, разносторонний, оригинальный, остроумный и находчивый. При этом он верен своим идеалам, цивилизованно ведет политическую борьбу, интеллигентный. Однако именно эти качества не являются для респондентов с низким уровнем самоактуализации решающими в голосовании. Более значимыми являются те характеристики политика, которые делают его человечным в глазах людей: вызывает доверие, симпатию, уважение; участие в политике не мотивировано стремлением к самоутверждению.

Анализ результатов нашего исследования в сравнении с данными исследований других психологов (Е.Б.Шестопа, Е.В.Егорова-Гантман, Т.Н.Пищева, Ю.А.Филимоненко, А.А.Гришко) показал, что образы политических лидеров воспринимаются избирателями в трех основных аспектах (названия по Е.В.Егоровой-Гантман [Политическое консультирование, 2002]): портретном (психологические характеристики по Е.Б.Шестопа [Шестопа, 2002]); профессиональном (политические и деловые качества); социальном (морально-этические характеристики). При этом, по данным Е.Б.Шестопа [Шестопа, 2002], Т.Н.Пищевой [Пищева, 2002], Ю.А.Филимоненко [Филимоненко, 2009], А.А.Гришко [Гришко, 2002], С.Г.Климовой, Т.В.Якушевой [Климова, Якушева, 2000], для избирателей наиболее важными при оценке образа политика являются его деловые качества и интеллект, что создает «образ добросовестного специалиста в области управления» [Филимоненко, 2009], «специалиста своего дела» [Климова, Якушева, 2000] или «хозяина» [Гришко, 2002]. В то же время нравственные и психологические качества хотя и присутствуют в описании политиков, но отходят на второй план. При этом, по данным Е.Б.Шестопа [Шестопа, 2002], Т.Н.Пищевой [Пищева, 2002], такая динамика (преобладание или деловых, или морально-этических,

психологических характеристик) наблюдалась на протяжении нескольких лет (исследования с 1996 по 2001 гг.).

Опираясь на данные нашего исследования, мы можем говорить о том, что в 2010 г. соотношение между деловыми и морально-этическими качествами несколько изменилось, выдвинув на первый план именно нравственные характеристики лидера: его умение быть открытым, милосердным, духовно богатым, справедливым и т.д. Такое преобладание эмоциональных компонентов установки над рациональными может быть обусловлено спецификой выборки – молодежь в возрасте 19–22 лет, психологическими особенностями опрашиваемых, районом проживания, сегодняшней социальной и политической ситуацией в стране, что требует дальнейшего изучения и проверки.

Однако наличие деловых и морально-этических качеств в образе политического деятеля, сложившегося в обыденном сознании электората (независимо от того, какие из них преобладают), говорит о том, что сегодня в обществе существует запрос на образ политического деятеля, сочетающего в себе высокие деловые и нравственные качества. Тем более что «именно личностная привлекательность, теплота, человечность определяют общее впечатление от политика», а «харизматичность и способность к сочувствию» являются составляющими электорального успеха [Шестопал, 2002, с. 185].

Выводы

1. Наиболее дифференцированно и позитивно воспринимают образ политика респонденты с высоким уровнем самоактуализации. Испытуемые с низким и средним уровнем самоактуализации характеризуются наличием более сложной когнитивной структуры, но низкими уровнями дифференцированности и позитивности восприятия политика.
2. Акцентирование внимания на определенных чертах политика обусловлено уровнем самоактуализации субъектов восприятия: испытуемые с высоким уровнем самоактуализации, прежде всего, обращают внимание на коммуникативные качества (открытость, терпимость); респонденты со средним уровнем самоактуализации – на социально желательные черты, необходимые политику для успешной адаптации (высокая моральность, порядочность); испытуемые с низким уровнем самоактуализации выделяют такие качества, которые описывают альтруистическое отношение к людям: отходчивый, прощающий, снисходительный, милосердный, великодушный и др.
3. Психологические особенности молодых избирателей, в частности гибкость поведения, самоуважение и самопринятие, синергия, отражаются на специфике восприятия образа политического деятеля: более целостный и непротиворечивый образ политика характерен для лиц с высоким уровнем проявления данных свойств.
4. Испытуемые, психологически зависимые / независимые от внешних факторов и обстоятельств, переносят свои качества на воспринимаемый образ политика. Так, для зависимых свойственно выделять социальный уровень личности политика, который, в их представлении, в своей деятельности и поведении ориентирован на мнение других людей или обстоятельства, в то время как для независимых характерно выделение в политическом лидере прежде всего психологического уровня его личности, то есть эмоционального начала, характера и воли политика.
5. Ценностные ориентации респондентов могут оказывать существенное влияние на построение позитивного образа политика: испытуемые, разделяющие ценности самоактуализирующейся личности, считают, что сила политического лидера заключается в том, что он подчиняется внутренним детерминантам: моральным нормам и правилам поведения в обществе, которые присущи ему и являются неотъемлемой частью его личности; для других испытуемых наиболее

важными качествами политика являются духовность, терпимость, гуманность и честность, а также оригинальность, творческий подход, разносторонность интересов, нестандартность мышления и поведения, находчивость и самостоятельность, остроумность и культурность (средний уровень самоактуализации); наконец, для низкоактуализированных более значимыми являются те характеристики политика, которые делают его человечным в глазах людей: вызывает доверие, симпатию, уважение; участие в политике не мотивировано стремлением к самоутверждению.

6. Независимо от психологических особенностей для всех молодых избирателей наиболее привлекательным является политик с устойчивыми нравственными качествами, равнодушный к жизни страны и людей, милосердный и гуманный; он умеет ладить с людьми, вызывает симпатию, приветлив и приятен в общении.

7. Выделены категориальные структуры, в рамках которых происходит восприятие образов политиков среди молодежи: социально ориентированный, сочувствующий гуманист, эмоционально стабильный, альтруист, сильный, нестандартный, властный, интеллигентный, социально гибкий. Данные характеристики являются обобщенными инвариантами восприятия – установками, принадлежащими некоему коллективному субъекту. Значение полученных результатов в том, что они позволяют представить те характеристики, по которым в первую очередь оцениваются политики в массовом сознании молодежи.

Таким образом, можно утверждать, что в сознании молодежи существует свой образ эталонного и реального политического лидера. Образ эталонного политика по многим параметрам совпадает с позитивным образом политического лидера. Образ реального политика не совпадает с идеальным образом и содержит как положительные, так и негативные характеристики.

Литература

Артемяева Е.Ю. Основы психологии субъективной семантики / под ред. И.Б.Ханиной. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1999.

Брунер Дж. [Bruner J.S.] Психология познания: За пределами непосредственной информации / пер. с англ. К.И.Бабицкого. М.: Прогресс, 1977.

Гительмахер Р.Б. Восприятие руководителя подчиненными. Иваново: Изд-во Иван. гос. ун-та, 1991.

Гришко А.А. Некоторые особенности социальной категоризации политики в современной России. К построению профиля идеального Президента // Психология власти / под общ. ред. Е.Б.Шестопал. М.: Социально-политическая мысль, 2002.

Келли Дж. [Kelly G.A.] Теория личности. Психология личностных конструктов / пер. с англ. и науч. ред. А.А.Алексеева. СПб.: Речь, 2000.

Климова С.Г., Якушева Т.В. Образы политиков в представлении россиян // Полис. 2000. N 6. С. 66–82.

Ломов Б.Ф. Методологические и теоретические проблемы психологии. М.: Наука, 1984.

Маслоу А.Г. [Maslow A.H.] Мотивация и личность / пер. с англ. А.М.Татлыбаевой. СПб.: Евразия, 1999.

Найссер У. [Neisser U.] Познание и реальность. Смысл и принципы когнитивной психологии / пер. с англ. В.В.Лучкова. М.: Прогресс, 1981.

Невская Т.А. Личность политического деятеля как фактор, определяющий электоральный выбор // Вестник Московского университета. Серия 12, Социология и политология. 2007. N 2. С. 140–152.

Осгуд Ч. [Osgood С.Е.], Суси Дж. [Suci G.J.], Танненбаум П. [Tannenbaum Р.Н.] Приложение методики семантического дифференциала к исследованиям по эстетике и смежным проблемам // Семиотика и искусствометрия. М.: Мир, 1972. С. 278–298.

Петренко В.Ф. Основы психосемантики. Изд. 2-е, доп. СПб.: Питер, 2005.

Петренко В.Ф., Митина О.В. Психосемантический анализ динамики общественного сознания. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1997.

Пищева Т.Н. Трансформация образа идеального президента в постсоветской России (анализ восприятия российских политиков) // Политико-психологические проблемы исследования массового сознания / под ред. Е.Б.Шестопал. М.: Аспект Пресс, 2002.

Политическое консультирование / отв. ред. Е.Егорова-Гантман, И.Минтусов. Изд. 2-е. М.: Никколо-Медиа, 2002.

Рейнвальд Н.И. Личность и характер. М.: Изд-во Рос. ун-та дружбы народов, 1992.

Фетискин Н.П., Козлов В.В., Мануйлов Г.М. Социально-психологическая диагностика развития личности и малых групп. М.: Изд-во Ин-та психотерапии, 2002.

Филимоненко Ю.И. Психологические качества «истинного» лидера // Теория и практика российской политической психологии: материалы междунар. науч. конф. (Санкт-Петербург, 23–24 октября 2009 г.) / под ред. А.И.Юрьева. СПб.: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2009. С. 225–226.

Шашлов М.Н. Политический имидж как актуальный предмет исследования // Актуальные проблемы политологии: сборник научных работ студентов и аспирантов Российского университета дружбы народов / отв. ред. В.Д.Зотов. М.: МАКС Пресс, 2001. С. 84–92.

Шестопал Е.Б. Политическая психология: учеб. для вузов. М.: Инфра-М, 2002.

Шмелев А.Г. Психодиагностика личностных черт. СПб.: Речь, 2002.

Поступила в редакцию 17 мая 2011 г. Дата публикации: 15 февраля 2012 г.

[Сведения об авторе](#)

Козловская Наталья Владимировна. Кандидат психологических наук, доцент (ученое звание), доцент кафедры социальной и политической психологии, факультет психологии, Ставропольский государственный университет, ул. Пушкина, д. 1, 355009. Ставрополь, Россия.
E-mail: natalya-kozlovsk@mail.ru

[Ссылка для цитирования](#)

Стиль psystudy.ru

Козловская Н.В. Образ современного политика в представлении студенческой молодежи. Психологические исследования, 2012, No. 1(21), 4. <http://psystudy.ru.0421200116/0004>.

Козловская Н.В. Образ современного политика в представлении студенческой молодежи // Психологические исследования. 2012. № 1(21). С. 4. URL: <http://psystudy.ru> (дата обращения: чч.мм.гггг). 0421200116/0004.

[Последние цифры – номер госрегистрации статьи в Реестре электронных научных изданий ФГУП НТЦ "Информрегистр". Описание соответствует ГОСТ Р 7.0.5-2008 "Библиографическая ссылка". Дата обращения в формате "число-месяц-год = чч.мм.гггг" – дата, когда читатель обращался к документу и он был доступен.]

[К началу страницы >>](#)