DOI: 10.17976/jpps/2015.06.09

ВОСПРИЯТИЕ В.В. ПУТИНА РОССИЙСКИМИ ГРАЖДАНАМИ: 15 ЛЕТ ПРЕБЫВАНИЯ ВО ВЛАСТИ

Е.Б. Шестопал

ШЕСТОПАЛ Елена Борисовна, доктор философских наук, профессор, зав. кафедрой социологии и психологии политики факультета политологии МГУ им. М.В. Ломоносова. Для связи с автором: shestop0505@rambler.ru

Статья поступила в редакцию: 01.08.2015. Принята к печати: 01.09.2015

Статья представляет журнальный вариант главы в книге "Путин 3.0.Общество и власть в новейшей истории России", которая в ближайшее время выйдет в издательстве Аргамак-Медиа под редакцией Елены Шестопал

Аннотация. В статье анализируется динамика образа В.В. Путина на протяжении 15 лет его пребывания во власти и в роли президента, и в роли премьера. Этот анализ основан на многолетнем эмпирическом исследовании образов политиков, которые автор ведет уже не одно десятилетие. Образ Путина изучается с конца 1999 г. по 2015 г. Используемая автором методика позволяет зафиксировать как рациональные, так и бессознательные аспекты восприятия. Выводы, к которым приходит автор, сводятся к тому, что за этот период изменился не только сам президент, но и произошли существенные сдвиги в российском массовом сознании, которые связаны и с приходом в политику новых поколений, и с распространением новых форм политической коммуникации. Беспрецедентный взлет популярности президента, который начался в 2014 г., связан не только с принятыми им конкретными решениями (в частности, с присоединением Крыма к России), но и с изменением структуры политических ценностей общества, кристаллизацией национальной идеи, которая никак не складывалась в течение всего постсоветского периода.

Ключевые слова: В. Путин; образ политика; массовое сознание; политическое восприятие; политическая коммуникация.

Поразительно, но за 15 лет пребывания В.В. Путина во власти в разных ролях даже серьезные политологи и журналисты не смогли в полной мере ответить на вопрос: "*Who is Mr Putin*?". Так и не поняв природу его лидерства, СМИ, особенно западные, нередко мифологизируют и демонизируют образ российского президента, приписывая ему то сверхъестественные способности, то маниакальное стремление к агрессии, лепя классический образ врага. В России образ президента также достаточно мифологичен, но уже с противоположным знаком: Путин не только наращивает свой рейтинг до заоблачных высот, но и воспринимается чуть ли не как "супергерой", способный в одиночку противостоять Западу, и большинство населения поддерживает его курс так, как не поддерживало и в начале его карьеры.

Представляется, что для ответа на вопрос: "*Who is Mr Putin?*" недостаточно лишь анализа личности Путина как лидера [Shestopal 2003]; необходимо понять, в чем именно и почему его поддерживает российское общество. В настоящей статье мы ставим задачу оценить динамику восприятия Путина в разные периоды политической карьеры – с 2000 по 2015 гг.

Начнем с сегодняшней оценки населением президента Путина, о которой обычно дает самое общее представление электоральный рейтинг. По данным

Фонда общественное мнение (ФОМ), в апреле 2015 г. число россиян, которые бы проголосовали за В. Путина на ближайших выборах президента, достигло рекордных 76%, при этом в феврале 2015 г. этот показатель составлял 74%[1]. Примечательно, что хотя в этот период происходило падение рубля и резко снизился уровень жизни населения, вместо претензий к власти общество сплотилось вокруг президента. Думается, невозможно приписать такое политическое поведение только влиянию пропаганды; не было в указанный период и усиления политического давления на граждан со стороны государства.

Теоретические и методологические основания анализа политического восприятия

Исследования образов политиков направлены на изучение их восприятия рядовыми гражданами. Чаще всего к ним обращаются в ходе избирательной кампании, чтобы понять, как меняется отношение общества к конкретным кандидатам в конкретный период времени [см. напр. Feldman, Conover 1983]. К сожалению, работ, в которых бы содержались более фундаментальные обобщения, не так много [Sniderman et al. 1993; King Pu-tsung 1997; Преснякова 2000; Задорин 2005; Sullivan et al. 2007]. Одна из главных трудностей таких исследований связана с виртуализацией политики, что ведет к отрыву политических образов от реальных интересов людей и сами образы делает достаточно неустойчивыми и иррациональными. Появляется необходимость выявления наряду с устоявшимися мнениями людей о политиках, власти и т.п. – неосознаваемых компонентов восприятия этих политических объектов [Granberg et al. 1988; Caplan 2001; Шестопал 2011]. Стандартные количественные методы, в частности, опросы, обычно используемые в электоральных исследованиях, не позволяют выявить этот слой восприятия.

Для получения достоверной и релевантной картины восприятия политических лидеров нами использован метод глубинного интервью с предъявлением респонденту стимульного материала в виде черно-белых фотографий политиков. Неосознаваемые слои образов политиков мы выявляем с помощью метода фиксированных ассоциаций.

Политическое восприятие имеет специфические особенности, отличающие его от других видов восприятия [Fiske, Neuberg 1990: 1-74; Wood 2007: 5].

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, 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*. Политические образы будут трансформироваться с изменением массового сознания. 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*

[1] Опрос “ФОМнибус” 14-15 февраля. 204 населенных пункта. – *ФОМ. Официальный сайт*. Доступ: http://bd.fom.ru/pdf/d07ind15.pdf (проверено 06.10.2015).

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. Таким образом, задача, стоящая перед исследователем политического восприятия – двояка: необходимо описать сами образы (зависимые переменные), а затем проинтерпретировать их, по возможности, устанавливая вес каждого из системы факторов (независимые переменные) [Шестопал 2012]. Посмотрим, как менялись образы Путина у граждан и их чувства на протяжении всех лет его правления.

Первый срок президентства В. Путина (2000-2004 гг.)[2]

К концу 1990-х страна так устала от политической нестабильности, что у людей сформировался ярко выраженный запрос на стабильность и безопасность. Путин стал олицетворением этого общественного запроса. Но главное, пожалуй, состояло в том, что, будучи преемником Ельцина, он воплощал его полную противоположность: Ельцин – старый, Путин молодой, Ельцин – больной, Путин здоровый и спортивный, за Ельциным шлейф сомнительных дел – Путин чист и т.д. Люди хотели совершенно другой власти, и они ее увидели в лице Путина.

В. Путина в первом его сроке воспринимали, с одной стороны, в качестве преемника Ельцина, а с другой – как анти-Ельцина. Неслучайно на *шкале привлекательности* в его образе самыми выпуклыми оказались *моральные* и *психологические* достоинства и недостатки (см. табл. 1). Они замечались респондентами на протяжении всей президентской карьеры, но их пик приходится на 2000 г. Именно эти качества стали залогом его электоральной популярности. Образ Путина на протяжении первого срока его президентства отличался преобладанием вначале лишь *психологических*, а затем – *политических* характеристик. При этом политические качества постепенно становились все более выпуклыми, и со знаком плюс (их больше), и со знаком минус. Особенно они были востребованы в начале и в конце первого президентства. От Путина ждали выработки политической стратегии.

Не менее важными, чем привлекательность, в образе политика являются *шкалы силы и активности* (см. табл. 2). В конце первого срока президентства его образ характеризуется более высокими значениями *силы,* чем в его начале. Это же относится и к параметру *активности*. Таким образом, первый срок укрепил положительный образ Путина в восприятии граждан.

Из всех *мотивов власти*, которые респонденты приписывали Путину (см. табл. 3), наиболее примечательно их убеждение, что Путину власть нужна не ради денег, славы или амбиций, как другим российским политикам, а прежде всего *ради дела*. Этот мотив доминирует в первом и втором президентских сроках. Интересно, что такой мотив, как "*власть ему не нужна*", который скрывает за собой убеждение в несамостоятельности Путина, присутствовал в первом сроке. Тогда нами фиксировалась группа респондентов, которая видела возможность оказания влияния на президента со стороны "Семьи",

[2] Основанием для анализа послужили наши исследования образа Путина в марте и октябре 2000 г., марте и сентябре 2001 г., марте 2002 г., феврале и июле 2003 г., марте 2004 г.

"силовиков", олигархов, государственной бюрократии и близкого окружения самого В. Путина. Этот мотив практически сошел на нет на последующих этапах. Следовательно, респонденты сочли, что к концу первого президентского срока Путин сумел в основном обрести независимость от Ельцина и его окружения. Почти половина опрошенных (около 42%) к концу его первого срока считали президента защитником интересов всего народа, а не олигархов, правящей верхушки или силовиков.

Таблица 1 (Table 1)

Привлекательность (непривлекательность) образа Путина на рациональном уровне, %
Attractiveness / Unattractiveness of Putin's Image at a Rational Level, %

	Март 2000	Окт. 2000	Март 2001	Сент. 2001	Март 2002	Фев. 2003	Июль 2003	Нояб. 2003	Март 2004
Внешность	28	24	16	10,5	27	15	21	13	10
Физические черты	21	21	30	16	33	10	0	0	5
Психологические черты	71	54	23	26	63	40	50	70	30
Морально-психологические черты	24	11	16	32	52	15	17	70	20
Политические, профессиональные, деловые черты	69	78	36	32	4	40	60	60	63

Таблица 2 (Table 2)

Сила и активность Путина на рациональном уровне восприятия в первый президентский срок, %
Strength and Activity in Putin's Image at a Rational Level. First Presidential Term, %

	Март 2000	Окт. 2000	Март 2001	Сент. 2001	Март 2002	Фев. 2003	Июль 2003	Нояб. 2003	Март 2004
Нравится сила	67	54	23	21	58	35	17	70	60
Нравится активность	33	29	52	37	59	15	23	73	60

Таблица 3 (Table 3)

Мотивы власти в образе Путина. Первый президентский срок, %
Power Motivation in Putin's Image in his First Presidential Term, %

Зачем этому политику нужна власть?									
	Март 2000	Окт. 2000	Март 2001	Сент. 2001	Март 2002	Фев. 2003	Июль 2003	Нояб. 2003	Март 2004
Ради денег	4	9,5	6,8	5	9	15	7	17	22,5
Ради дела	49	32	34	26	45	30	37	50	32,5
Ради амбиций	29	21	11	16	24	25	33	23	0
Ради власти	10	11	9,1	11	15	35	7	13	15
Власть не нужна	14	18	21	21	9	0	7	7	0

Как показали наши исследования, в образе действующего президента респонденты выделяют несколько моментов. Во-первых, большинство опро-

шенных были благодарны ему за ощущение стабильности и достоинства, утраченные при Ельцине. Во-вторых, они отмечают такую психологическую особенность личности Путина, как его закрытость. Он по-прежнему оставался для многих загадочным – "темной лошадкой", "серым кардиналом". Третий момент, на который обращают внимание все опрошенные, – "статус президента", который явно укреплял образ В. Путина как человека. Последняя – четвертая – характеристика также имеет психологическую природу, и характеризует Путина как *политика, от которого ждут большей решительности в действиях.*

Первые годы президентства Путина прошли при очень высоком уровне доверия. Его уже тогда назвали "тефлоновым" президентом. Безусловно, электоральный рейтинг Путина переживал и взлеты, и падения. По нашим данным, готовность проголосовать за Путина достигала максимума в феврале 2003 г. (85%). Ни до, ни после этого поведенческий аспект его образа не приближался к этим значениям.

ВТОРОЙ СРОК ПРЕЗИДЕНТСТВА (2004-2008 гг.)

Отметим, что несмотря на всю "тефлоновость" образа президента, он был вовсе на столь стабилен, как это может показаться. Если до марта 2004 г. Путин за счет непохожести на своего предшественника воспринимался действительно весьма позитивно, то конец первого и второй президентский сроки не показывали столь бурных взлетов популярности: сказывалось отсутствие эффекта новизны. Если первый срок Путина был отмечен консолидацией общества и его позитивным эмоциональным настроем, то второй срок с самого начала характеризуется более негативным настроением общества в отношении власти.

Следует говорить, конечно, не о переломе в отношении к президенту, а о закреплении тенденции. Спад безоговорочной симпатии начался раньше. Наши замеры показали, что уже в конце 2002 г. на бессознательном уровне восприятие образа Путина стало ухудшаться. Ухудшение шло по довольно плавной кривой вплоть до января 2005 г., когда монетизация льгот просто обрушила ситуацию. Эти изменения коснулись оценок, которые в большинстве своем стали более критичны не только в отношении власти в целом, но и в отношении лично президента (и это отличает первую путинскую республику от второй). Если перед самыми выборами 2000 г. число его сторонников составляло 43%, то после выборов их стало на 14% больше. Логика поведения избирателей во втором избирательном цикле была уже иной. Путин завоевал симпатии наибольшего числа избирателей сразу после выборов 2004 г., а уже осенью того же года стал их терять.

Совершенно очевидно, что произошло довольно существенное снижение эмоционального климата в стране после избрания Путина на второй срок. Надежды первой путинской республики растаяли, а на их место пришло неверие во власть, которое, конечно, не достигло ужасающих значений времен Ельцина, но указывало на быструю утрату доверия граждан. Люди считали, что власть в целом (и исполнительная власть в особенности) пассивна и безразлична к их нуждам, не учитывает общественного мнения.

Произошло ослабление самого института президентства и, прежде всего, снижение его публичной силы за счет усиления "силовиков". Они серьезно потеснили из образа власти не только Путина как личность, но и сам институт президентства. Наши респонденты во втором сроке президентства приписывали им больше власти, чем самому президенту.

Образ Путина второго срока президентства все еще сохранял в целом позитивные черты: в нем отмечалась и сила, и возросшая активность. Его

политические и профессиональные характеристики представлялись респондентам скорее положительными. Но, в то же время, формировалась и вполне критическая оценка как личностных, так и деловых качеств президента. Связано это с тем, что претензии стали высказываться в отношении принимаемых, а чаще не принимаемых Путиным решений, его нечувствительности в отношении массовых настроений, нерешенности многих проблем – от бедности до войны в Чечне.

Премьерство Путина. Тандем (2008-2012 гг.)

Конец второго президентского срока сопровождался бурной общественной дискуссией относительно того, уйдет ли Путин со своего поста или попытается изменить законодательство, чтобы сохранить его за собой. Определенные группы элит (прежде всего, чиновничьи группировки) предпочитали, чтобы Путин остался на третий срок подряд вопреки Конституции. Их не устраивало предстоящее переформатирование политической системы, которую, как правило, сопровождает смена президента.

Как только в 2008 г. Д.А. Медведев сменил Путина в его кремлевском кабинете, образ последнего начал вновь меняться. В годы премьерства респонденты продолжали одобрять политические взгляды Путина даже больше, чем в годы его второго президентства.

В промежутке между апрелем 2010 и апрелем 2011 г. восприятие силы в образе Путина резко выросло (с 16,3% до 66%). При этом силу в образе Путина почувствовали и его сторонники, и его противники. Этот параметр еще больше увеличился на неосознаваемом уровне. Респонденты фиксировали в образе Путина усиление лидерского потенциала, маскулинности, общей привлекательности. При этом с ростом протестных настроений в 2011 г. увеличилось и число противников его политических позиций и взглядов. Неосознаваемые аспекты образа Путина в то же время были намного значительнее его рациональных оценок; этот потенциал он и реализовал в ходе предвыборной гонки 2012 г. (см. табл. 4).

Таблица 4 (Table 4)

Привлекательность образа Путина на рациональном уровне в третьем президентском сроке (2012-2013 гг.), %

Attractiveness of Putin's Image at the Rational Level in his Third Term (2012-2013), %

Факторы	Январь 2012	Декабрь 2012	Декабрь 2013
Внешние	9	10	9,8
Телесные	4	4	
Психологические	27	31,8	43,1
Моральные	7	16	5,9
Политические и деловые	37	30	29,4
Ничего не нравится	9,3	20,3	16

Третий срок президентства В. Путина

Весь год, предшествующий выборам 2012 г., характеризовался общим фоном неопределенности, зыбкости всех устоев. Мы изучали образ Путина

накануне выборов 2012 г. и сразу после них[3], через год после выборов и дважды в 2014 г. Данные, полученные нами в этих исследованиях, отчетливо показали, что третий президентский срок резко выделяется из всей предыдущей нашей истории, начиная с 2000 г. Более того, 2014 г. вообще стоит особняком и знаменует собой окончание всего постсоветского развития и начало нового периода, не сопоставимого с тем, что было до него.

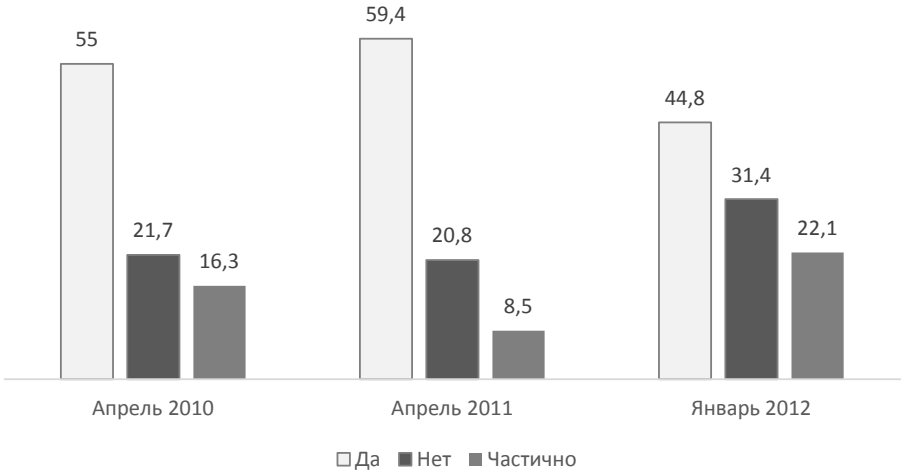
Посмотрим, как менялось восприятие образа Путина в этот период. Мы попытаемся выявить изменение восприятия победителя президентской гонки, когда он заступил на свой пост в третий раз.

Наиболее важным с точки зрения динамики образа Путина стало то, что накануне выборов произошло серьезное размежевание сторонников и противников его политических взглядов. Причиной этого, на наш взгляд, стало определенное прояснение самих политических приоритетов Путина, что нашло отражение в семи его предвыборных статьях. Однако вряд ли можно говорить о полной ясности его программы и по сей день. Ведь и после выборов для многих респондентов были не до конца понятны идеи и стратегия президента, что приводит к тому, что каждый пятый отмечает, что *“что-то нравится, что-то нет”, “я не пойму, что он хочет, раньше понимал, а сейчас нет*” (см. график 1).

График 1 (Figure 1)

Одобрение / неодобрение (да, нет, частично) политических взглядов Путина накануне его третьего президентского срока

Approval / Disapproval (yes, no, partially) of Putin’s Political Views before his Third Presidential Term



При этом логику одобрения или неодобрения идей и действий президента сложно выявить на рациональном уровне. Число его противников росло вплоть до 2014 г. Перелом наступил даже не после Крыма, а лишь к осени.

Первые два года третьего срока граждане проявляли заинтересованность в более активных изменениях, в более динамичном развитии, а главный плюс прошлых периодов – стабильность – стал восприниматься как застой.

При этом нарастало число тех, кто высоко оценивал психологические характеристики в образе Путина. Путина-человека так высоко оценивали

[3] Замеры образа президента, которые мы делали, относятся к январю 2012 г., декабрю 2012 г., апрелю и ноябрю 2014 г.

только в начале 2000-х. Между тем моральные качества оценивались в этот период ниже, если сравнивать с первыми двумя президентскими сроками.

Важный параметр образа политика – *сила* – в первый год третьего президентства оценивается достаточно высоко, а со временем этот параметр начинает расти как среди сторонников Путина, так и среди его противников. Демонстрируется запрос на появление нового лидера (более *молодого и активного), однако отсутствие такового в политическом поле приводит* к усталости и определенному разочарованию в действующем лидере.

2014 г. Перелом. Конец "Смутного времени"?

Зимой 2013-2014 гг. резко обостряется ситуация на Украине. В ответ на это Путин предпринимает активные действия по укреплению независимости и защите национальных интересов страны. Происходит знаковое для России возвращение Крыма. Эти события стали поворотным пунктом в современной российской истории. Путин смог вернуть нации самоуважение, утраченное еще в годы перестройки и особенно в эпоху Ельцина. В обществе меняются ожидания в отношении политического лидера, от него требуется осуществление сильной и жесткой политики. Меняется и сам Путин, он становится активнее, динамичнее, сильнее. Это сразу же замечают граждане.

Под влиянием последних событий произошел сплав советских идей, замешанных на символике Великой Победы над фашизмом, верности памяти своих отцов, с одной стороны, – и идей имперского консерватизма, православия и традиций, более давних и глубоких, нежели советский патриотизм. Эти идеи и стали той национальной идеей, которую безуспешно искали, начиная с ельцинских 1990-х. Эти идеи власти оказались созвучными ожиданиям большинства населения, которое не приняло либерально-космополитической идеологии и не откликнулось на призывы оппозиции с Болотной площади.

На этом фоне противники Путина фактически просто "рассасываются". Даже в Интернет-пространстве, где они дискутируют на не подвластных государственной цензуре форумах и в блогах, их присутствие становится едва заметным.

На этом фоне и формируется образ Путина[4]. Весной 2014 г. (сразу после Крыма) число *одобряющих деятельность* Путина выросло с 40,5% в декабре 2013 г. до 69% (не доверяют лишь 16%). Но еще более удивительно, что к концу 2014 г., когда рубль рухнул и общая ситуация стала более тревожной, число сторонников политических идей Путина выросло до 71,1%. Как мы уже упоминали в начале этой статьи, зимой 2015 г. доверие президенту, замеренное социологами, достигло беспрецедентных 86%. Главными достоинствами Путина респонденты называют его успехи во внешней политике, проявление силы, активности и самостоятельность позиции. События осени 2015 г., в частности, участие России в борьбе с ИГИЛ[5] в Сирии, только укрепили общество в такой трактовке образа Путина.

Мотивационный профиль. За все годы наших наблюдений наиболее важным мотивом власти, который респонденты приписывали Путину, был *мотив дела*. Но этот показатель ни разу не достигал таких значений, как в ноябре 2014 г. – 56,1%. Осенью 2014 г. он вырос даже по сравнению с весной.

Путин никогда не воспринимался как амбициозный политик. В последнем нашем замере конца 2014 г. этот показатель достиг своего пика – 36%. При этом

[4] В 2014 г. мы сделали два замера образа Путина: в апреле и в ноябре. Первый замер прошел еще до знаменитой речи Путина в Кремле, посвященной воссоединению Крыма с Россией. Второй – уже в период, когда в полную силу заработали санкции против России и началось резкое падение рубля.

[5] Исламское государство – запрещённое в России террористическое псевдогосударственное образование.

сами амбиции президента воспринимаются, скорее со знаком плюс: важным параметром оценки политика в России всегда было его бескорыстие или, наоборот, меркантильность, жадность, своекорыстие. На протяжении второго срока президентства Путина и особенно в конце 2011 – начале 2012 гг. появлялось множество публикаций, приписывающих Путину стремление к наживе, счета с миллионами долларов и т.п. Это отразилось на восприятии его респондентами, которые в ответах на наши вопросы приписывали ему меркантильность, нечестность, стремление к власти для "*личной выгоды*". Максимальное значение этот показатель имел в декабре 2012 г. (30%). В 2014 г. ситуация резко меняется. Мотив *власти ради денег* снижается до тех значений (8,2%), которые он имел в 2000 г., когда Путин воспринимался как человек, намного более честный, чем Ельцин и другие представители политической элиты.

Привлекательность образа. В 2014 г., в отличие от прошлых этапов исследования, респонденты заметили *внешность* президента, позитивно оценивается спортивный вид, презентабельность, умение держать себя на публике (см. табл. 5).

Таблица 5 (Table 5)

Привлекательность образа Путина на рациональном уровне в 2014 г., %
Attractivity of Putin's Image at the Rational Level in 2014, %

Факторы привлекательности	Распределение предпочтений
Внешние	25,5
Психологические	59,1
Моральные	5,4
Политические и деловые	55
Ничего не нравится	2,7

Моральные характеристики. Если в 2012 и 2013 гг. часть респондентов упрекает его в излишнем *PR*, то в 2014 г. доля таких высказываний незначительна. Неоднозначно оценивается и развод Путина. Часть респондентов оценивает этот факт положительно, как проявление честности и порядочности: *"молодец, честно поступил"*. Для других это было скорее недостатком: *"он вроде как за стабильность, а сам взял и развелся"*.

Политические, деловые и профессиональные качества Путина на всех этапах исследования были, как правило, наиболее выпуклой частью его образа (и со знаком плюс, и со знаком минус). При этом в 2012 и в 2013 гг. наблюдалось преобладание негативных оценок над позитивными. 2014 г. и здесь существенно выделяется в сравнении с предшествующими периодами. Во-первых, происходит резкий всплеск именно политических, деловых и профессиональных оценок по сравнению с другими параметрами привлекательности в образе Путина. Во-вторых, число тех, кто дает положительные оценки осенью 2014 г., достигает исторического максимума и превышает число негативных оценок. Лишь единицы упрекают Путина в нежелании взаимодействовать с оппозицией и нелояльными власти СМИ. Несмотря на наличие респондентов, которые обвиняют его в излишнем авторитаризме, стремлении притеснить оппозицию, в отказе участвовать в политических дебатах, в нападках на СМИ, по сравнению с прошлыми этапами исследования число таких характеристик явно уменьшилось.

Деловые качества во внутриполитическом контексте оцениваются амбивалентно. С одной стороны, респонденты считают, что *"Путин – реальный политик, который добивается своих целей"*. Но, с другой, как и раньше, его

упрекают в недостаточной эффективности, в нерешенности главных социальных задач, стоящих перед страной, в проблемах коррупции. Однако стоит заметить, что доля таких высказываний незначительна в сравнении с позитивными оценками.

Сила. Активность. В. Путин воспринимается респондентами на рациональном уровне как очень сильный и весьма активный политик, что связывают с его поведенческими и психологическими характеристиками: *"он из всех наших политиков самый сильный", "у нас не было более сильного политика за последнее время"*. Примечательно, что параметр силы в образе Путина в ноябре 2014 г. достигает своего исторического максимума с 2000 г., и эта оценка появляется в ответах не только его сторонников, но и противников. Его недоброжелатели, которым сила Путина не по душе, составляют около трети опрошенных в сравнении с 75,1% тех, кому сила президента кажется привлекательной.

Бессознательные аспекты образа Путина свидетельствуют о нескольких важных тенденциях, наметившихся в 2014 г. Во-первых, далеко не все из того, что наши респонденты говорили в ответах на прямые вопросы о привлекательности, силе и активности президента, подтверждается на неосознаваемом уровне. Так, он несомненно имеет высочайший уровень привлекательности, который стал выше, чем был в предыдущих президентствах и в годы премьерства. Более того, обобщенные значения привлекательности на неосознаваемом уровне – выше, чем на рациональном, что означает еще неисчерпанный потенциал президента. Он воспринимается как весьма крупный (39,8% в ноябре 2014 г.), сильный (72% в апреле), активный (62,7% в апреле) политик. Лидерские качества Путина, замеренные в ассоциативном тесте, достигают в 2014 г. своего максимума за все годы наблюдений.

Но в то же время следует отметить и другую тенденцию. Пик многих характеристик образа Путина приходился на весну 2014 г. Осенью максимальные значения начали снижение. Это относится, прежде всего, к параметрам силы и активности, чего практически не было заметно в рациональных ответах, что является тревожным знаком. На неосознаваемом уровне респонденты чувствуют то, чего не замечают на рациональном. Правда, здесь имеет место довольно сложная конфигурация компонентов образа, и однозначной оценки дать нельзя. Так, например, позитивно для образа то, что из него ушли всякие намеки на меркантильность и эгоизм. Усилились те аспекты, которые связаны с независимостью президента. Возникавшие у опрошенных в отдельные моменты его политической карьеры ощущения, что Путин может стать жертвой обстоятельств или врагов, на сегодняшний день практически пропали (0,6%).

Заключение

Как показал проведенный нами анализ, динамика восприятия В. Путина на протяжении полутора десятилетий его политической деятельности была весьма существенной и нелинейной. Несмотря на довольно противоречивый характер наблюдаемых изменений, этапы этих изменений вырисовываются вполне отчетливо.

Так, прежде всего, следует выделить *начальный этап,* приходящийся на первый президентский срок. Это был своего рода "медовый месяц" отношений между президентом и гражданами. Его образ отличался обилием позитивных характеристик силы и активности, как на рациональном, так и на бессознательном уровнях. После разрушительных 1990-х в ожиданиях общества

превалировал запрос на стабильность и порядок. Образ Путина в течение начального периода сохранял определенную загадочность, связанную с его прошлым разведчика, в нем была привлекательность новизны в сочетании с силой и моральной чистоплотностью.

Второй президентский срок, хотя и воспринимается многими респондентами как продолжение первого, принес все же некоторые новые положительные и отрицательные результаты для президента. В этот период нарастала критичность в отношении как личностных, так и деловых качеств президента. И связано это больше не с образом Путина-человека, а с образом Путина-политика, который нередко не принимал назревших решений, был недостаточно чувствителен к настроениям общества. При этом у Путина и в его втором сроке оставался еще немалый потенциал, воспринимаемый людьми прежде всего на бессознательном уровне.

Так, несмотря на многочисленные публикации, обвиняющие Путина в корысти, основным мотивом власти, который приписывали ему граждане, был быстро растущий мотив "дела". В сознании общества укрепился образ политика, которому власть нужна для улучшения жизни народа. Однако в этот же период снижается его электоральная привлекательность, растет число его противников. Но, что еще хуже, снижается не только привлекательность образа личности Путина, но и привлекательность института президентства, который вытесняется по степени влиятельности силовиками, которых сам Путин и привел во власть.

Тенденции второго президентства отчасти продолжились и в годы премьерства Путина. Путину, сменившему роль президента на менее значимую роль премьера, удалось при этом сохранить свой политический вес. Он не изменил свой стиль общения с гражданами, выстроил новую для российской политики конструкцию тандема, в котором занял лидирующую роль. Благодаря лидерскому потенциалу ему удалось без больших потерь преодолеть тяжелый экономический кризис 2008 г. и сохранить поддержку большинства электората на фоне растущих протестных настроений конца 2011 – начала 2012 гг. Это и дало ему фору на президентских выборах, которые проходили в весьма неблагоприятной для него политической ситуации.

Начало третьего президентского срока Путина ознаменовалось, прежде всего, прояснением его политических взглядов и попытками артикулировать свои стратегические цели и программу. Это было новым по сравнению с первыми двумя президентствами и премьерским периодами. Начало третьего срока было отмечено достаточно амбивалентными трендами. С одной стороны, в 2012-2013 гг. наблюдались определенное снижение электоральной привлекательности, приписывание Путину излишней амбициозности, властолюбия и корыстных мотивов. С другой стороны, эти тенденции сочетались с ростом его лидерского потенциала, силы и активности.

2014 г. обозначил новый этап и в российской истории, и в восприятии президента российским обществом. Обострение международной ситуации и новый экономический кризис привели к двум важным тенденциям, которые существенно повлияли на восприятие Путина и на общий тонус общества.

Во-первых, происходит не просто консолидация большинства населения вокруг национального лидера: идет закрепление ценностного фундамента. Такого национального единства страна не помнит не только в 1990-е – 2000-е, но и в позднесоветский период. Более того, в этот год начала складываться и закрепляться в массовом сознании национальная идея, которая никак не рождалась ни в 1990-е, ни в 2000-е, несмотря на усилия, предпринимаемые властью.

В ней сплавились советские идеи социальной справедливости и равенства, воплотившиеся в символике победы над фашизмом и гордости подвигом отцов, – и консервативные идеи, связанные с православием и другими гораздо более глубокими историческими традициями российской государственности.

Во-вторых, президент становится настоящим центром консолидации российского общества. Это проявляется и в феноменальном росте его рейтингов, и в новом качестве его поддержки со стороны сторонников, и в признании за ним силы со стороны противников.

В изменившейся политической ситуации 2014 г. на первое место вышел образ "Путина-политика". При этом главной заслугой Путина опрошенные читают его внешнеполитические успехи и достойное отстаивание национальных интересов страны.

Таким образом, проведенный анализ позволяет утверждать, что страна вступает в новый этап, который по своему значению вполне сопоставим с окончанием "Смутного времени", этап консолидации и сплочения, в котором образ президента играет весьма важную роль, вписываясь в традиции отечественной политической культуры.

Задорин И.В. 2005. Качество и качества власти: восприятие населения. – *Полития*. № 2. С. 96-115.

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

Шестопал Е.Б. 2011. Образы лидеров в массовом сознании. – *Политическая психология: Хрестоматия*. 3-е изд., испр. и доп. М.: Аспект Пресс. С. 356-372.

Шестопал Е.Б. 2012. Психологический анализ политического восприятия. Концептуальная модель. – *Психология политического восприятия в современной России*. М.: РОССПЭН. С. 10-14.

Caplan B. 2001. Rational Ignorance versus Rational Irrationality. – *Kyklos*. Vol. 54. No. 1. P. 3-26. DOI: http://dx.doi.org/10.1111/1467-6435.00138

Feldman S., Conover P.J. 1983. Candidates, Issues and Voters. The Role of Inference in Political Perception. – *Journal of Politics*. Vol. 45. No. 4. P. 810-839. DOI: http://dx.doi.org/10.2307/2130414

Fiske S., Neuberg S.N. 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.

Granberg D., Kasmer J., Nanneman T. 1988. An Empirical Examination of Two Theories of Political Perception. – *Political Research Quarterly*. Vol. 41. No. 1. P. 29-46. DOI: http://dx.doi.org/10.1177/106591298804100103

King Pu-tsung. 1997. The Press, Candidate Images, and Voter Perceptions. – *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. P. 31-32.

Shestopal E. 2002. *Vladimir Putin: Personality Profile and Public Image*. Paper, presented to the Annual meeting of ISPP.

Shestopal E. 2003. *Popular Perceptions of Vladimir Putin*. Paper, presented to the BASEES conference, Cambridge.

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

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

DOI: 10.17976/jpps/2015.06.09

DYNAMICS OF PUTIN'S PERCEPTION IN RUSSIAN SOCIETY (2000-2015)

E.B. Shestopal[1]

[1]*M.V. Lomonosov Moscow State University. Moscow, Russia*

SHESTOPAL Elena Borisovna, PhD, Dr. Sci. (Philos.), Prof., Head of the Department of Sociology and Psychology of Politics, Faculty of Political Science, M.V. Lomonosov Moscow State University. Email: shestop0505@rambler.ru

Received: 01.08.2015. Accepted: 01.09.2015

The article is the journal version of a chapter in the book "Putin 3.0. Society and Government in the Modern History of Russia" (ed. by E. Shestopal) which will soon be published by Argamak-Media

Abstract. This paper focuses on dynamics of V. Putin's image during 15 years of his rule both in the role of the President and in the role of the Prime-Minister. Analysis is based on a longitudinal empirical study of Russian politicians' images that the author caries out for more than 20 years. Putin's image has been studied from the end of 1999 till the beginning of 2015. Methodology used in this study enables to reveal not only rational but also unconscious aspects of Putin's perception. The author comes to the conclusion that 15 years not only Putin himself has changed as a person but the society went to a substantial changes that were caused by arrival of new generations of citizens into politics and wide use of new forms of political communication. An incredible growth of Putin's popularity in Russian society that happened in 2014 was connected not only by particular political decisions (unification with Crimea) but also with transformation of a value structure of Russian society and crystallization of a national idea that could not be consolidated during all the Post-Soviet period.

Keywords: V. Putin; image of politician; mass consciousness; political perception; political communication.

References

Caplan B. Rational Ignorance versus Rational Irrationality. – *Kyklos*. 2001. Vol. 54. No. 1. P. 3-26. DOI: http://dx.doi.org/10.1111/1467-6435.00138

Feldman S., Conover P.J. Candidates, Issues and Voters. The Role of Inference in Political Perception. – *Journal of Politics*. 1983. Vol. 45. No. 4. P. 810-839. DOI: http://dx.doi.org/10.2307/2130414

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. – *Advances in Experimental Social Psychology* (ed. by M.P. Zanna). New York: Academic Press. 1990. Vol. 23. P. 1-74.

Granberg D., Kasmer J., Nanneman T. An Empirical Examination of Two Theories of Political Perception. – *Political Research Quarterly*. 1988. Vol. 41. No. 1. P. 29-46. DOI: http://dx.doi.org/10.1177/106591298804100103

King Pu-tsung. The Press, Candidate Images, and Voter Perceptions. – *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. P. 31-32.

Presnyakova L.A. Structure of Individual Perception of Political Power. – *Polis. Political Studies*. 2000. No. 4. P. 135-139. (In Russ.)

Shestopal E.B. *Popular Perceptions of Vladimir Putin*. Paper, presented to the BASEES conference. Cambridge. 2003.

Shestopal E.B. *Vladimir Putin: Personality Profile and Public Image*. Paper, presented to the Annual meeting of ISPP. 2002.

Shestopal E.B. Obrazy liderov v massovom soznanii [Images of Leaders in Mass Consciousness]. – *Politicheskaya psikhologiya: Khrestomatiya. 3-e izd., ispr. i dop.* [Political Psychology: Reader. 3rd ed., revised and enlarged]. Moscow: Aspect Press. 2011. P. 356-372. (In Russ.)

Shestopal E.B. Psikhologicheskii analiz politicheskogo vospriyatiya. Kontseptual'naya model' [Psychological Analysis of Political Perception. A Conceptual Model]. – *Psikhologiya politicheskogo vospriyatiya v sovremennoi Rossii* [Psychology of Political Perception in Modern Russia]. Moscow: ROSSPEN. 2012. P. 10-14. (In Russ.)

Sniderman P.M., Brody R.A., Tetlock P.E. *Reasoning and Choice: Explorations in Political Psychology*. Cambridge: 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. P. 31-67.

Zadorin I.V. Quality and Qualities of Power: Popular Perception. – *Politeia*. 2005. No. 2. P. 96-115. (In Russ.)