

Символические компоненты образа лидера в сознании российских граждан (на материалах проективных тестов)

Аннотация

На основании материалов политико-психологического исследования, проведенного в период 2012–2017 гг. кафедрой социологии и психологии политики МГУ им. М. В. Ломоносова проведен анализ рисунков образов власти и образов страны. Отобрано 425 рисунков с изображением политического лидера. Для анализа результатов исследования использованы количественные и качественные показатели. Количественные показатели, основаны на методике кластерного анализа наиболее часто встречающихся символов. Выявленные проанализированы с помощью метода сравнительного анализа по таким показателям, как пол и год проведения исследования. Разработана авторская классификация символов. Для осуществления более глубокого анализа символического компонента в образе лидера проведено качественное исследование проективных тестов на основе методики «Психологический рисунок».

Ключевые слова: символы, образ лидера, образ власти, проективные методики, психологический рисунок, лидерство.

Автор

Мелихова Мария Сергеевна

Аспирант
факультета политологии
Московского государственного университета
имени М. В. Ломоносова
(Москва, Россия)



В настоящее время растет интерес научного сообщества к анализу роли образа политического лидера в массовом сознании граждан. Это обусловлено возрастанием роли средств массовой информации в создании и распространении знаков и смыслов. Значение образа политика в массовом сознании граждан очевидно: благодаря конструированию и коррекции необходимых качеств, становится возможным влиять на восприятие гражданами политика и управлять электоральным настроением и поведением.

Актуальность темы исследования обусловлена, в первую очередь, высокой сте-

пенью влияния лидеров на политический процесс в современной России, а также недостаточной степенью исследования символического пространства в образе политического лидера. Изучение политического образа обычно носит двухуровневый характер: когнитивный и бессознательный. Для анализа когнитивного компонента используются анкетирование, глубинные интервью и фокус-группы. Для исследования бессознательной составляющей используются ассоциативные, экспрессивные и интерпретационные проективные методики. Современные социологические исследования образа власти и

политических лидеров чаще акцентируют свое внимание на «рациональном» срезе, в то время как наличие «бессознательного» в восприятии образа власти или политического лидера требует не менее пристального внимания исследователей и позволяет выявить архетипичные и культурные установки, влияющие на представления граждан о власти. Исследования бессознательного уровня основываются на изучении трех компонентов: индивидуальных особенностей респондента, стереотипов, создаваемых СМИ, и архетипов коллективного бессознательного. Наиболее значимым является последний показатель как максимально устойчивая характеристика, проявляющаяся на протяжении многих поколений.

Архетипы — это самые устойчивые символические компоненты коллективного бессознательного. Символ характеризуется как свойство человеческого сознания и подсознания, выступающее посредником в ходе познания, понимания и конструирования внешнего и внутреннего мира человека. Символ может быть индивидуальным или коллективным. Представляется, что количество тех или иных типов символов может варьироваться в зависимости от политической культуры государства, стабильности социально-политической системы и других факторов. Следует отметить, что роль политических символов в обществе может усиливаться или слабеть в зависимости от политической обстановки.

Теоретико-методологической базой для разработки авторской модели исследования послужила методика «Психологический рисунок», разработанная Т. В. Фоломеевой и О. М. Бартеневой. Данная методика направлена на выявление смысла, формы прямого выражения отношения к изображенному объекту. Особенностью ее является гипотеза, что в графической форме удастся передать отношение человека к объектам, индифферентным для него на уровне сознания, что позволяет раскрыть уровень ирраци-

ональных проявлений и неосознаваемого отношения к объекту исследования [11].

Было проанализировано 1 480 рисунков респондентов, которые принимали участие в исследовании, проводимом кафедрой социологии и психологии политики МГУ им. М. В. Ломоносова в период с 2012 по 2017 г. В исследовании были использованы рисунки образов власти и образов России. На основе классификации, предложенной Е. Б. Шестопал [13], было отобрано 425 рисунков с изображением политического лидера. При этом также были изучены 508 рисунков образа России и 972 рисунка образа федеральной власти в России. Выделенные автором символические компоненты были классифицированы по хронологическим рамкам исследования и полу респондентов. На основе статистического анализа наиболее часто встречающихся символов удалось выделить 20 категорий, для анализа содержательного наполнения которых была разработана классификация на основе типологий Д. А. Мисюрова [6] и Е. Б. Шестопал [8], а также типологии А. В. Коноваленко [5], классифицировавшего символы по форме их выражения. На основе рассмотренных ранее концепций и моделей исследования, а также результатов количественного анализа была сформирована авторская типология символов.

Во время исследования был использован сравнительный анализ в относительных величинах (в процентах по отношению к количеству той или иной группы классификации). Для интерпретации результатов количественного исследования был проведен качественный анализ наиболее часто встречающихся символов, основанный на трудах К. Г. Юнга [14], книги «Символы власти и борьба за власть» Б. И. Колоницкого [4], статьи Е. Б. Шестопал [13] и других источников.

Изображение лидера присутствует на 427 рисунках из 1 015 рисунков власти (около 42 %), то есть следует отметить традиционно высокую степень персонификации власти в сознании россиян. Анализ ри-

Символические компоненты образа лидеров сознания российских граждан (на материалах проективных тестов)

сунков респондентов позволил выявить порядка 112 символов.

Наибольшее количество элементов относится к группе *денежных символов*. Так, доллары, рубли и евро изобразили около 28 % респондентов. Наличие подобных изображений (и в особенности увеличение их количества с 2012 г.) может быть связано с ухудшением экономической обстановки в стране, а также традиционным отождествлением власти и денег. При этом следует отметить, что большая часть изображений денежных знаков воплотилась в символе доллара (19 %), значительно уступают изображения евро (около 4 %), еще реже встречаются изображения рубля (чуть менее 2 %).

На втором месте по численности находятся *монархические регалии*, которые включают изображения короны, скипетра, державы и трона. По мнению Пьера Бурдьё [2], власть, которая является частью символического капитала, основанного на вере и признании, когда она может быть объективизирована в материальных предметах (таких, как императорские регалии), сама фактически является результатом субъективных актов признания. Таким образом, наделяя на подсознательном уровне политических лидеров символами монархической власти, граждане России фактически выражают «кредит доверия» власти.

Лидеров в образе *животного* изобразили около 19 % респондентов. При этом чаще всего на рисунках присутствует образ медведя (примерно на 7 % изображений). Изображения животных можно отнести к архетипическому уровню восприятия политического лидера. Так, бессознательно люди отождествляют политиков с теми качествами, которыми наделяются животные в фольклоре.

Лидеров, которые сами являются символами власти, изобразили 17 % респондентов. Так, чаще всего встречаются изображения В. В. Путина (примерно 14 % рисунков). Это свидетельствует о том, что чаще всего в России политического лидера отождествляют с главой государства.

Еще около 3 % респондентов изобразили Д. А. Медведева, что говорит об отождествлении политических лидеров, прежде всего, с исполнительной властью.

Элементы из группы *национально-государственных символов* (изображения флага и герба) встречаются на 12 % изображений. Следует отметить, что помимо флага Российской Федерации и двуглавого орла на рисунках также часто присутствует советская красная звезда, из чего можно сделать вывод о том, что в сознании россиян происходит «размывание» символического компонента из-за не оформившейся до конца национально-государственной идентичности.

Пространственно-географические символы изобразили порядка 11 % респондентов. Чаще всего встречаются рисунки карты России (чуть менее 3 %), глобуса или Земли (около 2 %).

Экономические и ресурсные символы, которые включают изображения нефтяных вышек и газопроводов, а также символы благосостояния (автомобили, яхты и т. п.), изобразили порядка 11 % опрошенных. Чаще всего на рисунках встречаются изображения лидеров на фоне нефтяных вышек или самолетов, что свидетельствует о тесной связи ресурсов и власти.

Мифологические и архетипические символы, включающие изображения героев фольклора, неофициальные символы России и прочие культурные символы, встречаются на 10 % рисунков. Это свидетельствует о некоторой степени мифологизации политического лидера, наделяния его героическими свойствами (например, на изображениях богатырей), а также о наличии сверхъестественной помощи (изображения золотой рыбки и щуки из сказки про Емелю).

Военные и силовые символы, включая изображения офицеров, элементов военной формы, сотрудников МВД и огнестрельное оружие, изобразили порядка 9 % респондентов. Таким образом, можно сделать вывод, что россияне подсознательно отождествляют лидеров с си-

ловыми структурами или выходцами из данных подразделений.

И, наконец, *религиозные символы*, включая изображения патриарха, священнослужителей, церкви и религиозной атрибутики, встречаются приблизительно на 7 % рисунков. Наличие данной категории рисунков свидетельствует о существенной роли духовенства в политическом процессе России (так, чаще всего встречаются изображения главного православного лидера России — патриарха). Также наличие подобных изображений может свидетельствовать о сакрализации власти.

Двуглавый орел имеет древнее происхождение. Впервые этот символ появился в Хеттском царстве и также использовался шахами из династии Сасанидов. Во времена Римской империи первоначально одноглавый орел стал символом власти императора. Неизменным остается толкование, что две головы орла символизируют взгляд на Восток и Запад, что коррелирует с идеей особой роли России.

Символическое значение *знака доллара* трудно переоценить. Это и отсылки к гегемонии Соединенных Штатов, и масонская символика, имеющаяся на долларовых купюрах (примечательно, что один респондент изобразил масонский символ всевидящего ока на пирамиде, который во времена Ренессанса был знаком «Всезнающего Вездесущего Божества»). Относительно самого знака доллара существует множество версий, начиная от обозначения аббревиатуры US и сокращенным символом от названия испанской валюты *peso(s)*, завершая красивой легендой об изображении Геркулесовых столпов, обвитых мифическим змеем Пифоном, — места соединения Средиземного моря с Атлантическим океаном и особой роли Соединенных Штатов как носителя двух культур.

Монархические регалии (в данную категорию были включены скипетр, держава, трон и корона. Корона далее будет рассмотрена как самостоятельный символ) также являются архетипом бессознатель-

ного. *Скипетр (жезл)* является одним из древнейших символов власти и использовался еще со времен египетских фараонов. Традиция украшать скипетр изображением орла появилась в Древнем Риме. В христианской символике скипетр восходит к знаку посоха — пастушеского символа Иисуса Христа. В средневековой Европе скипетр имел даже особый символический язык: так, наклон скипетра означал милость монарха, целовать скипетр означало проявлять уважение и подданство. *Держава* появляется среди царских регалий в России в XVI в. Версии о том, кто впервые использовал ее в качестве символа власти, расходятся: одни указывают на Лжедмитрия I, другие — на Бориса Годунова. Держава в христианской традиции является символом Царства Небесного. *Трон* в христианской традиции символизирует божественную природу монархии. На рисунках респондентов встречаются как изображения всех трех символов власти царя, так и каждый элемент в отдельности (причем скипетр встречается чаще, чем держава и трон).

Корона, изображение которой стоит на втором месте по частоте появления, является одним из фундаментальных архетипических символов власти. Непосредственным предшественником короны являлся лавровый венок, первоначально его надевали победители Дельфийских игр (лавр — символ Аполлона, соответственно, лавровый венок — благоволение богов), в дальнейшем лавровый венок стал символом триумфа великих полководцев. Символическое значение короны выражалось также в том, что без короны по всем правилам власть монарха признавалась недействительной. Наличие изображений короны свидетельствует о сакрализации власти и роли лидера, его божественном происхождении: в христианской традиции корона означает победу над смертью (терновый венец Христа), благоволение и благорасположение.

Неоднозначным символом является изображение *лидера-кукловода*. Как пра-

Символические компоненты образа лидеров сознания российских граждан (на материалах проективных тестов)

вило, кукловод символизирует теньюю власть, «серого кардинала». Такие изображения тоже встречаются на рисунках респондентов (их количество составляет приблизительно 1,4 %). Однако мы разграничили два данных символа: теньюю власть (остающуюся за кадром) и лидера с марионетками. При этом в роли марионеток респонденты видят как народ, так и церковь, ресурсы, бюджет и даже страну в целом. Одно из символических значений кукловода — «манипулятор», человек, имеющий заранее определенную стратегию и использующий все свое влияние для ее реализации.

На втором месте по частоте изображения из политических лидеров прошлого и настоящего стоит *Медведев Д. А.*, что свидетельствует о восприятии лидера российскими гражданами как главного представителя исполнительной власти. Примечательно, что в 2012–2013 гг. Д. А. Медведева довольно часто изображали в образе *медведя* (что, помимо фамилии премьер-министра, в какой-то степени является аллюзией к символу «Единой России», которую он возглавляет).

Путин В. В. стал самостоятельным символом на изображениях респондентов. Часто он изображается на фоне Кремля (отсылка к легитимации власти), императорскими регалиями (сакрализация власти), за трибуной (публичность власти), на портретах (на некоторых изображениях респонденты видят портреты Президента в качестве религиозного символа), в телевизоре (как пропагандиста).

Ресурсы (нефть и газ) стали символом экономики России, а обладание ими является частью символического капитала для лидера. Не случайно, на большей части рисунков лидер изображен с нефтяной вышкой в руке или газопроводом за спиной. В сознании российских граждан есть установка, что настоящим лидером является тот, кто обладает правом распоряжаться природными ресурсами.

Символы благосостояния, которыми на рисунках чаще всего являются автомоби-

ли, машины и яхты, говорят о традиционном отождествлении лидеров с роскошью. При этом на всех изображениях, где присутствуют символы благосостояния, лидеры изображаются на контрасте с атрибутами бедности народа. Яхты, самолеты и автомобили, в представлении респондентов, только подчеркивают пропасть, возникающую между носителем власти и подданными (не случайно рядом с лидером и самолетом или автомобилем часто изображается вооруженный охранник).

Религиозные символы (чаще всего крест, облачение священника, фигуры священнослужителей и изображение патриарха) отражают поиски российской властью новой идентичности, одной из черт которой является возврат к христианским основам власти.

Сравнительное исследование изменений в символическом пространстве лидера в России затрудняется неравномерностью выборки, ввиду чего представляется возможным провести сравнение по годам, где выборка является приблизительно однородной: 2012 и 2014 гг. (ознаменовавшиеся такими крупными политическими событиями в России, как избрание В. В. Путина Президентом и вхождение Крыма в состав Российской Федерации, соответственно) и 2016 и первое полугодие 2017 гг.

Наблюдается увеличение количества изображений денег и, в частности, *знака доллара* в период с 2012 по 2014 г.: так, в 2012 г. данную валюту изображали 14,8 % респондентов, в 2014 г. показатель возрос до 20,8 %. Вероятнее всего, это можно связать с двумя событиями: санкционной политикой в отношении России и резким падением цен на нефть, которое началось в декабре 2014 г., с одновременным ослаблением курса рубля по отношению к доллару (в период с января по декабрь 2014 г. доллар вырос в два раза и достиг пика роста 16 декабря, так называемый «черный вторник», когда доллар превысил отметку в 80 рублей, а евро — в 100 рублей).

Количество изображений *В. В. Путина* увеличилось с 6,2 % в 2012 г. до 15,6 % в 2014 г., что, безусловно, также можно связать с позитивной оценкой деятельности Президента по воссоединению Крыма с Россией. Так, в 2013 г. деятельность Президента одобряли порядка 62 % граждан, в 2014 г. данный показатель вырос на фоне воссоединения Крыма с Россией и событий на Украине до рекордных 82 %. В 2016 г. количество изображений с действующим Президентом составило 14,9 %, а за первую декаду 2017 г. увеличилось до 18,8 %. Это также можно сопоставить с ростом рейтинга В. В. Путина, который, согласно данным ВЦИОМ, в ноябре 2016 г. обновил рекорд 2008 г. и поднялся до отметки 86 %, в мае 2017 г. данный показатель составил 81,1 %.

Также стремительно увеличилось количество изображений *короны*: в 2012 г. данный показатель составил 3,7 %, в 2014 г. он вырос до 22,1 %. Наряду с обозначенной выше трактовкой монархических регалий П. Бурдьё [2] (который видит в них выражение кредита доверия власти, являющейся обладателем данных символов) мы предполагаем соотнесение внешней политики России, в особенности стремления к возвращению статуса крупного геополитического игрока (это становится заметно и на примере возвращения в медийный дискурс таких символических терминов, как «геополитика», «сверхдержава» и т. п.). Примечательно, что наряду с изображением короны на рисунках встречается изображение лаврового венка, что уже фактически является аллюзией к Римской империи и, в первую очередь, к Гаю Юлию Цезарю, что может свидетельствовать о восприятии гражданами российского Президента, с одной стороны, как сильного и волевого политического лидера (лавр как символ силы и мира в древнегреческой культуре и лавр как символ славы в Древнем Риме), с другой стороны, вероятно, россияне воспринимают текущую политику как проявление имперских амбиций.

Количество изображений *ресурсов* в период с 2012 по 2014 г. выросло с 0 до 7,8 %, что, безусловно, также можно связать с колебанием цен на нефть и их непосредственным влиянием на российскую экономику. Колебания цен на нефть россияне чаще всего связывают с деятельностью политических лидеров. В 2016 г. количество рисунков с нефтяными вышками и газопроводами составило 12,8 %, а в первой декаде 2017 г. их количество уменьшилось до 6,3 %. Это может быть обусловлено как общим снижением благосостояния граждан за последние три года, во многом связанным с данным фактором, так и самой низкой ценой на нефть за предыдущие три года, что не могло не вызвать озабоченность среди россиян.

В период с 2012 по 2014 г. значительно выросло количество изображений *оружия*, причем чаще всего на изображениях охраны политических лидеров. То есть политические лидеры в восприятии граждан делают все для того, чтобы выстроить дистанцию между собой и народом, они закрыты и не желают подпускать к себе народ «на пушечный выстрел». Кроме того, в 2014 г. начинают чаще встречаться изображения военной техники и ракетных комплексов, что, безусловно, связано с ростом милитаризации государства. В 2016 г. данный показатель составил 10,6 %, при этом чаще начинают встречаться изображения танков и военной техники. В первой декаде 2017 г. данный показатель составил 4,2 %.

Также исследование показало ряд различий в восприятии политического лидера у мужчин и женщин.

Так, мужчины чаще склонны изображать лидера с традиционными *регалиями* (корона, скипетр, державой и треном) — 25,6 % мужчин против 16,6 % женщин, что, вероятно, объясняется стремлением мужчин легитимизировать власть, а также выражает подсознательное стремление к обладанию данными атрибутами власти. Также в проективных тестах мужчин чаще встречается и изобра-

Символические компоненты образа лидеров сознания российских граждан (на материалах проективных тестов)

жение *двуглавого орла* (8,2 % мужчин и 2,6 % женщин), при этом часто орел изображается в роли политического лидера.

Интересное распределение оказалось у *денежных символов* (включая символы доллара, рубля и евро, а также изображения сейфов, банков, мешков с деньгами и т. п.): в целом деньги как символ, которым обладает политический лидер, встречаются чаще на мужских рисунках (31 % у мужчин против 26,4 % у женщин), что опять же можно объяснить подсознательным стремлением мужчин к обладанию данным ресурсом. Однако изображение *доллара* чаще встречается на женских рисунках — 21,2 % против 20,3 % у мужчин.

Безусловно, *оружие* чаще встречается на мужских рисунках (8,2 против 4,7 % у женщин).

Для женщин власть более персонафицирована, очевидно, потому что для женщин власть предстает не как поле для борьбы, а как данность. Поэтому изображения *Президента* как символической фигуры власти чаще встречаются на женских рисунках — 21,4 % и 11,4 % у мужчин.

В. В. Путин также чаще встречается в женских проективных тестах: 19,2 % против 10,8 % у мужчин. Это можно объяснить предположением О. В. Великановой [3], что лидер для женщин имеет, в том числе, значение сексуального символа. Это подтверждается и работой специалистов по имиджу, которые регулярно подчеркивают мужественность Президента России.

Примечательно, что *ресурсные и экономические символы* встречаются одинаково часто в мужских и женских тестах (всего: 12,03 % мужчин и 12,44 % женщин, из них ресурсы — 5,1 % у мужчин и 5,7 % у женщин, символы — около 7 % мужчин и 6,7 % женщин). Это говорит о том, что для обоих полов политическое лидерство отождествляется, прежде всего, с обладанием экономического благополучия и возможностью получения высоких доходов (часто вместе с ресурсами изображают и деньги, которые владелец ресурсов получает от их использования).

Результаты проведенного исследования показали традиционно высокую степень персонификации российской власти в сознании граждан.

Кроме того, было выявлено, что восприятие символов в образе политического лидера в сознании россиян является в большей степени индивидуалистическим, стереотипическим и архетипическим. Символы в проективных тестах встречаются значительно реже.

Наиболее часто встречающиеся символы относятся к группе денежных символов, при этом чаще всего изображается знак доллара. Также достаточно частым символом являются монархические регалии, что свидетельствует как о сакрализации образа политического лидера в сознании российских граждан, так и о восприятии современной власти как авторитарной.

Изучение динамики изменения символов в зависимости от политических событий показало, что данные события оказывают больше влияние на восприятие образа политического лидера и символические компоненты в данном образе. При этом наиболее значимыми оказались события 2014 г. Исследование показало, что высокую степень влияния на формирование и трансформацию символов имеют политические события, происходящие в государстве, и их трактовка данных событий в средствах массовой информации.

Сравнительное исследование символического компонента в образе лидера в сознании российских мужчин и женщин показало, что для мужчин более значимыми являются национально-государственные символы, монархические регалии и денежные символы. Кроме того, мужчины используют большее количество символов власти, это позволяет сделать вывод, что они являются более политически активными. В то время как для женщин, в первую очередь, важен политический лидер (в частности, действующий Президент), чуть более значимыми являются ресурсно-экономические символы (что

обусловлено традиционной женской ролью в распределении семейного бюджета). Кроме того, женщины чаще используют архетипический символ солнца в образе политического лидера.

Трудность данного исследования заключалась в неравномерности выборки, поскольку далеко не каждый респондент

изображает власть в образе политического лидера. Ввиду этого представляется необходимым продолжить дальнейшее исследование символического компонента в сознании российских граждан с целью подтверждения выявленных закономерностей.

Литература

1. Абашкина Е. Е., Егорова-Гантман Е., Косолапова Ю. Политиками не рождаются: как стать и остаться эффективным политическим лидером. В 2 т. / Абашкина Е., Егорова-Гантман Е., Косолапова Ю. и др. — М.: АНТИКВА, 1993. — Т. 2.
2. Бурдье П. Социология политики. Socio-Logos. — М., 1994.
3. Великанова О. В. Функции образа лидера в массовом сознании. Гитлеровская Германия и советская Россия // Психология и психоанализ власти. Хрестоматия в 2 т. Т. 2, ВАХРАХ. — Самара, 1999.
4. Колоницкий Б. И. Символы власти и борьба за власть. К изучению политической культуры российской революции 1917 года. — М., 1999.
5. Коноваленко А. В. Психология политической рекламы. — Ростов-на-Дону: Феникс, 2005.
6. Мисюрлов Д. А. Политическая символика: между идеологией и рекламой. — Полис. Политические исследования. — 1999. — № 1.
7. Нагорная Л. К., Чепашева И. В. Политический символ в системе общественных отношений // Ползуновский вестник. — 2006. — № 3.
8. Политическая психология: учебник / Под ред. Е. Б. Шестопаля. — М.: Инфра-М, 2002.
9. Психология восприятия власти / Под ред. Шестопаля Е. Б. М.: Издательство «Социально-политическая МЫСЛЬ», 2002.
10. Роберт У. Кокс. Грамши, гегемония и международные отношения: очерк о методе // Левиафан: Контргегемония и евроцентризм (Вып. 5). — М., 2013.
11. Фоломеева Т. В., Бартенева О. В. Опыт применения проективной методики «Психологический рисунок» в исследовании восприятия социальных объектов // Вестник Московского университета. Серия 14. Психология. — 2000. — № 2.
12. Шайдуллина Ю. А. Методика психологического рисунка в качественном социально-психологическом исследовании: дис. канд. психол. наук. — М., 2005.
13. Шестопаля Е. Б. Новые тенденции восприятия власти в России — Полис. Политические исследования. — 2005. — № 3. — С. 137–151.
14. Юнг К. Г. Архетип и символ. — М., 1991.
15. Юнг К. Г. Человек и его символы. — СПб, 1996.