

Секция «24.8 Политико-психологические особенности политических процессов в современной России и в мире»

Образ идеального мэра Москвы в сознании москвичей

Научный руководитель – Селезнева Антонина Владимировна

Романенко Юлия Станиславовна

Выпускник (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет политологии, Кафедра социологии и психологии политики, Москва, Россия

E-mail: yliaded2003@mail.ru

Изучение идеальных представлений о политических лидерах занимает центральное место в современной политической психологии [5]. В контексте столичного мегаполиса и предстоящих выборов мэра Москвы 2028 года данная проблематика приобретает особую актуальность. Настоящее исследование, выполненное в рамках научной школы кафедры социологии и психологии политики МГУ, направлено на выявление структуры и содержания образа идеального мэра Москвы в сознании жителей столицы.

Теоретико-методологической базой выступают труды Е.Б. Шестопал, А.В. Селезневой, Т.Н. Пищевой, в которых политическое восприятие понимается как сложный многоуровневый процесс формирования образов власти, опосредованный культурно-историческими традициями и бессознательными компонентами [5, 2, 4]. Наиболее полное исследование идеальных представлений представлено в диссертации Н.Н. Рогача, в которой дано следующее определение: «Представления об идеальном политическом лидере – это совокупность когнитивных, аффективных и поведенческих компонентов, отражающих наиболее желательные характеристики политического лидера, выступающие эталоном при восприятии реальных политиков» [3, с. 45]. Автор выделяет универсальную иерархию качеств (морально-нравственные, психологические, профессиональные, внешние) и ролевую специфику образов президента, губернатора и депутата [3, с. 112].

Эмпирическую базу исследования составили 20 глубоких интервью с жителями Москвы, сбалансированных по полу, возрасту (18-35, 36-50, 50+ лет) и уровню образования. Инструментарий включал открытые вопросы, проективные методики (ассоциации с цветом, запахом, животным) и биполярные шкалы, что позволило выявить как рациональные, так и бессознательные компоненты образа.

Полученные результаты подтверждают выводы Н.Н. Рогача о структуре идеальных представлений. В иерархии качеств идеального мэра доминируют морально-нравственные характеристики: честность (68%), порядочность (54%), ответственность (62%), забота о людях (39%). На втором месте находятся профессиональные качества: компетентность (58%), хозяйственность (44%), опыт управления (39%). Психологические качества (решительность, стрессоустойчивость, гибкость) значимы для 36–42% опрошенных. Внешние характеристики упоминаются реже всего (18%), но выступают первичным фильтром восприятия.

Возрастные предпочтения распределились следующим образом: 41–55 лет (46%), возраст не важен (28%), 56+ лет (16%), 31–40 лет (10%). Профиль образования: высшее (62%), конкретный профиль не важен (48%). Готовность проголосовать за женщину-мэра выразили 76% респондентов, что свидетельствует о снижении гендерных стереотипов. Политические предпочтения: демократические (34%), консервативные (22%), либеральные (18%), аполитичный (14%).

Приоритетные задачи идеального мэра: улучшение экологии (64%), здравоохранения (58%), дорожной инфраструктуры (52%), развитие малого бизнеса (41%), прозрачность

госуслуг (38%). Данные результаты отражают запрос на качество жизни и эффективное управление.

Проективные методики выявили архетипическую основу образа. Животные-ассоциации: лев (32%), медведь (28%), лиса (12%) символизируют соответственно лидерство, силу и мудрость. Цветовые ассоциации: синий (40%), зеленый (28%) – стабильность и развитие. Запахи: свежесть (36%), хвоя (24%) – чистота, искренность. Эти образы формируют бессознательный слой восприятия, укорененный в культурных архетипах [6].

Сравнительный анализ по возрастным группам показал, что молодежь (18-35 лет) ориентирована на профессионализм и инновации (58%), средняя группа (36-50) – на ответственность и прозрачность (72%), старшее поколение (50+) – на моральные качества и социальную защиту (84%).

Полученные данные могут быть использованы для оптимизации имиджевых стратегий и повышения эффективности диалога власти и общества в преддверии выборов 2028 года.

Источники и литература

- 1) Букреева О.В. Особенности политического восприятия жителей мегаполиса (на примере Москвы): дис. канд. полит. наук. М., 2017.
- 2) Пищева Т.Н. Политические образы: проблемы исследования и интерпретации // Полис. Политические исследования. 2011. № 2. С. 7-52.
- 3) Рогач Н.Н. Представления об идеальном политическом лидере как фактор восприятия реальных политиков: дис. канд. полит. наук. М., 2022.
- 4) Селезнева А.В. Политические ценности в структуре массового сознания россиян // Вестник Московского университета. Серия 12. Политические науки. 2014. № 5. С. 74-89.
- 5) Власть и лидеры в восприятии российских граждан. Четверть века наблюдений (1993-2018) / под ред. Е.Б. Шестопаля. М.: Весь Мир, 2019.
- 6) Шестопаля Е.Б., Рогач Н.Н. Идеальные представления как фактор восприятия реального политического лидера // Полис. Политические исследования. 2020. Т. 29. № 4. С. 166-180.