

ПОЛИТОЛОГИЯ И СОЦИОЛОГИЯ

УДК 324

А. В. Гаврилов

Качества политического лидера в оценках избирателей

В статье рассматривается оценка избирателями Ярославля качеств, необходимых политическому лидеру, и их наличие у наиболее известных российских политиков. Материалами послужили опросы ярославцев, проведенные в ноябре–декабре 2011 г.

Ключевые слова: качества политического лидера, рейтинги доверия, степень доверия избирателей, оценка качеств основных кандидатов в Президенты РФ.

A. V. Gavrilov

Qualities of a Political Leader in Voters' Estimations

In this article the author observes the estimations of Yaroslavl voters of the qualities required for the leader. The possession of these qualities by Russian politicians is also discussed. The paper is based on the materials of the surveys held in November–December, 2011.

Keywords: a political leader's qualities, trust rating, a trust level of voters, estimation of the Russian president candidates' qualities.

В ноябре–декабре 2011 г. нами было проведено исследование отношения жителей г. Ярославля к избирательному процессу [1]. Исследование проводилось по репрезентативной многоступенчатой квотной выборке, общее количество респондентов – 405. Ошибка репрезентативности выборки не превышала 5 %.

Поскольку главной в российской политической системе является должность Президента, наиболее показательно отношение к качествам, ожидаемым именно от ее носителя, или претендента. Качества, которые россияне хотят видеть у кандидатов в Президенты РФ, в концентрированном виде отражают представления о качествах политического лидера в целом, подчеркивают наиболее важные нюансы.

Среди качеств, необходимых Президенту Российской Федерации, наиболее важными, по мнению ярославцев, являются честность (88 % респондентов) и ум (80 % респондентов). Максимально значимы они примерно для 30 % респондентов, суммарно названы более 80 % респондентов. Любопытно, что честность была названа наиболее широким кругом опрошенных, но по

своему значению была поставлена на второе место. Возможно, ответ кроется в психологии восприятия качеств. Ум традиционно воспринимается в более широкой оценочной гамме, соответственно, и оценивается с большим разбросом. Таким образом, умственные способности лидера должны быть сильно выраженными, а честность должна присутствовать, но высокая степень ее выраженности не столь важна. В связи с этим вспоминается петровское «толковый и относительно честный».

Также значимыми качествами были названы образованность (82 %), профессионализм (72 %) и опыт (73 %), по степени значения они поставлены на соответственно 3, 4 и 5 места. Опыт, подобно честности, должен быть, но по степени выраженности также уступает профессионализму. Соответственно, при необходимости продвижения имиджа политического лидера такое качество, как профессионализм, должно освещаться детально, необходимо демонстрировать его выраженность, а опыт должен просто быть, излишняя детализация не столь нужна. В целом важ-

ным качеством названа человечность (6 место, 56 % респондентов).

Менее важными среди названных качеств оказались такие, как спортивность (33 %) и молодость (30 %). Верующий ли Президент, значимо также примерно для трети респондентов (34 %, девятое место по степени значения, шестое по частоте упоминания). Для четверти респондентов важен, напротив, атеизм. Можно сделать вывод, что демонстрация религиозности не имеет большого значения для восприятия кандидата в Президенты, но демонстрация атеизма будет иметь отрицательные последствия. Степень выраженности религиозности, подобно честности и опыту, не так важна. Похожим образом обстоит дело и с партийностью/беспартийностью – соответственно 11 и 12 места в списке значимых качеств. Партийность названа примерно третью респондентов, беспартийность четвертью.

Дополнительно были названы такие качества, как «авторитетный», «вызывающий доверие», «предприимчивый», «семейный», «щедрый», «огородник», «не лысый». Дополнительные качества назывались менее чем 3 % респондентов, что говорит о достаточности основного списка из 12 качеств (см. Таблицу 1).

Среди претендентов, предполагавшихся нами в ноябре, желаемыми качествами, по мнению респондентов, в наибольшей степени обладал В. Путин (среднеарифметическая оценка соответствия – 44 %). Значительно худшие показатели имели Г. Зюганов (29 %), С. Миронов (24 %), В. Жириновский (19 %). Существенных раскорреляций в восприятии качеств претендентов не выявлено (см. Таблицу 2).

Таблица 2

Степень соответствия личным качеств кандидатов желаемым

Кандидат	Общая оценка соответствия личным качеств
В. Путин	44 %
Г. Зюганов	29 %
С. Миронов	24 %
В. Жириновский	19 %

На местном уровне главным обсуждаемым вопросом были образовательные и профессиональные предпочтения в составе местной Областной Думы, региональной элиты. Наиболее желательными с точки зрения образовательной и профессиональной направленности оказались юристы и экономисты (коэффициент выбора в районе 3,6 при максимально возможном теоретически 12). Далее идут ученые (коэффициент 2), профсоюзные активисты и аграрии (1,5), партийные лидеры (1,3), представители администрации, малого бизнеса и руководители предприятий (1,2), замыкают список работники творческих профессий (0,7) (см. Таблицу 3).

Таблица 3

Профессиональная направленность	Коэффициент выбора (0-12)
Экономисты	3,6
Юристы	3,6
Ученые	2
Профсоюзные активисты	1,5
Аграрии	1,5
Партийные лидеры	1,3
Малый бизнес	1,2
Администрация	1,2
Руководители предприятий	1,2
Творческие профессии	0,7

Таблица 1

Качества, которыми должен обладать Президент РФ

Качества (по степени выраженности)	Процент назвавших (можно было выбрать несколько вариантов)
Умный	80,2
Честный	88,1
Образованный	82,2
Профессиональный	72,3
Опытный	73,3
Человечный	56,4
Спортивный	33,7
Молодой	30,1
Верующий	34,2
Атеист	23,8
Партийный	33,5
Беспартийный	25,7
Иное	2,9

Дополнительные варианты встречались в 13,9 % анкет. Среди названных имелись следующие варианты: «спортсмены», «учителя», «медики», «архитекторы», «преподаватели», «социальные работники», «полицейские», «работники ЖКХ», «рабочие» и представители конкретных профессий.

Среди политических деятелей региона, привлекающих внимание и обладающих в какой-то мере желаемыми качествами, были названы в основном должностные лица региона: Вахруков (упоминание в 15,8 % анкет), Волончунас (около 8 %). Кроме них, на уровне выше статистической погрешности упоминались Терешкова (5 %) и Урлашов (5 %). Остальные упомянутые (в алфавитном порядке: Андреев, Александровичев, Грешневиков, Лисицын, Рогоцкий, Цветков) – при-

мерно по 1 %. В единичных случаях упоминались и другие. Около половины ярославцев не назвали никого. Не был назван и Якушев, кандидат в мэры г. Ярославля.

Оценка воздействия избирательных технологий на электорат, в том числе при формировании имиджа политического лидера, достаточно противоречива. С одной стороны, по мнению респондентов, технологии не способствуют пониманию политических позиций и качеств. Об этом заявили 78 % респондентов. До 48 % опрошенных заявили о том, что избирательные технологии помогают манипулировать мнением избирателей. Лишь около 10 % избирателей считают воздействие технологий незначительным. Но вместе с тем лишь 19 % респондентов считают, что избирательные технологии усиливают недоверие к результатам выборов, к личностям кандидатов.

Возможно, это объясняется низкой оценкой эффективности избирательных технологий. Более 54 % опрошенных не назвали технологии элементом эффективной избирательной кампании. Это может говорить как о неэффективности конкретных использованных технологий, так и о выработке определенного иммунитета со стороны избирателей.

Таким образом, имидж лидера, достаточно определенный в его понимании и описании, нуждается в новых средствах и решениях по его продвижению. Для более детального исследования данного круга проблем необходимо проведение ряда более глубоких специализированных исследований.

Библиографический список

1. Отношение жителей г. Ярославля к избирательному процессу [Текст]. – Ярославль, 2011.