

ПСИХОСЕМАНТИЧЕСКАЯ МЕТОДИКА “ОБРАЗ ПОЛИТИЧЕСКОГО ЛИДЕРА” И ОПЫТ ЕЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ.

***Митина Ольга Валентиновна,
Петренко Виктор Федорович***

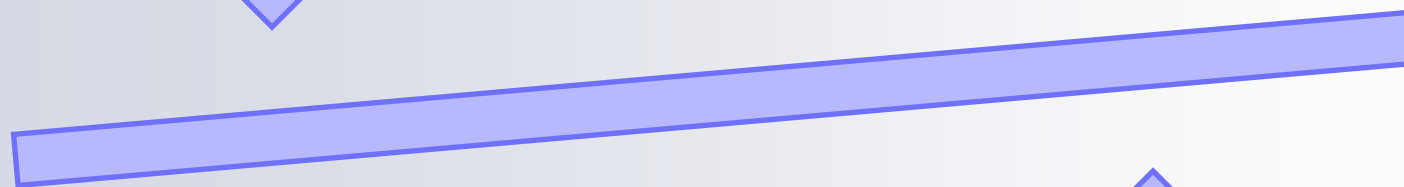
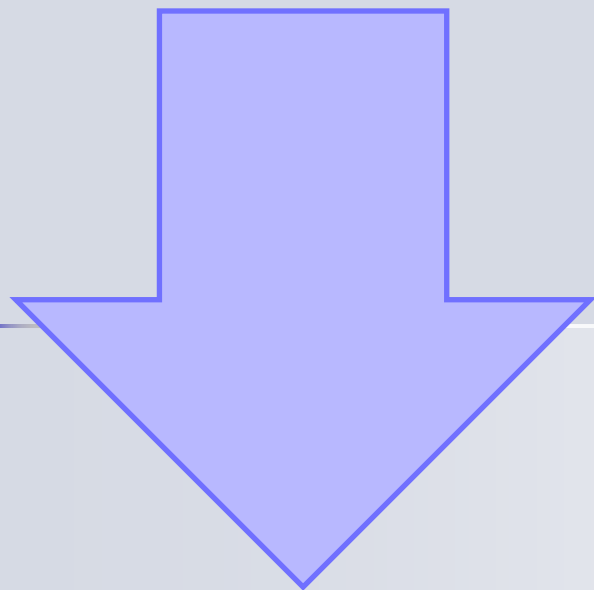
Образ политического лидера

- Имидж политика
- Многомерная характеристика
- СМИ
- Культурная и личностная обусловленность восприятия

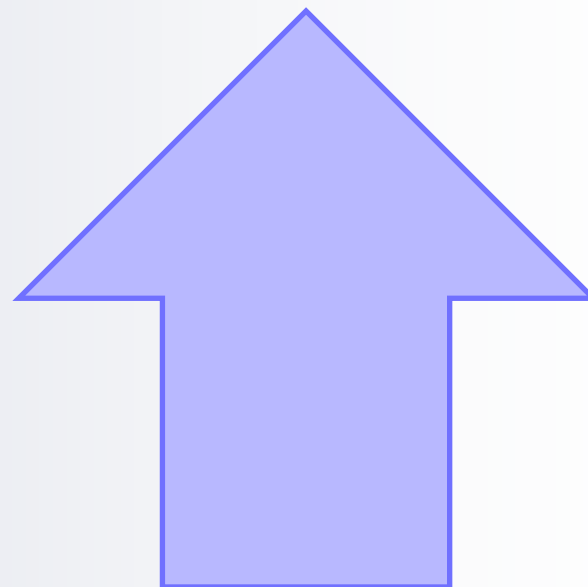
Социальная репрезентация (Московичи)

- Формирование происходит под влиянием научных (объективных) сведений
- Своеобразный «научный миф», не обязательно подчиняется объективным законам логики (Лосев).
- Динамичен

Политические
лидеры



Общественное
мнение



Политический лидер ↔ Общественное мнение

- Взаимнообуславливающее влияние
- Лидер презентирует себя и влияет на предпочтения общества
- Общественное мнение дает обратную связь лидеру и заставляет его корректировать свой образ

Психосемантический подход

- В ситуации исследования глубинных часто неотрефлексированных представлений различных людей наиболее адекватными и эффективными являются психосемантические методики, в результате применения которых строятся операциональные модели позволяющие описывать и изучать категориальные структуры воспринимаемого образа (Петренко).

Формальная схема психосемантического эксперимента, позволяющая строить семантические пространства

- Респондент (испытуемый) шкалирует конечное множество объектов $A_1, \dots, A_M$ по n шкалам. В результате каждому объекту A_j ставится в соответствие n -мерный вектор, координаты которого есть оценки объекта по каждой шкале.
- Таким образом семантическое пространство (СП) есть многомерное метрическое пространство: объекты, представленные векторами есть точки в этом пространстве и размерность СП равна числу независимых векторов задающих базис СП.

Схема трех-мерного массива данных

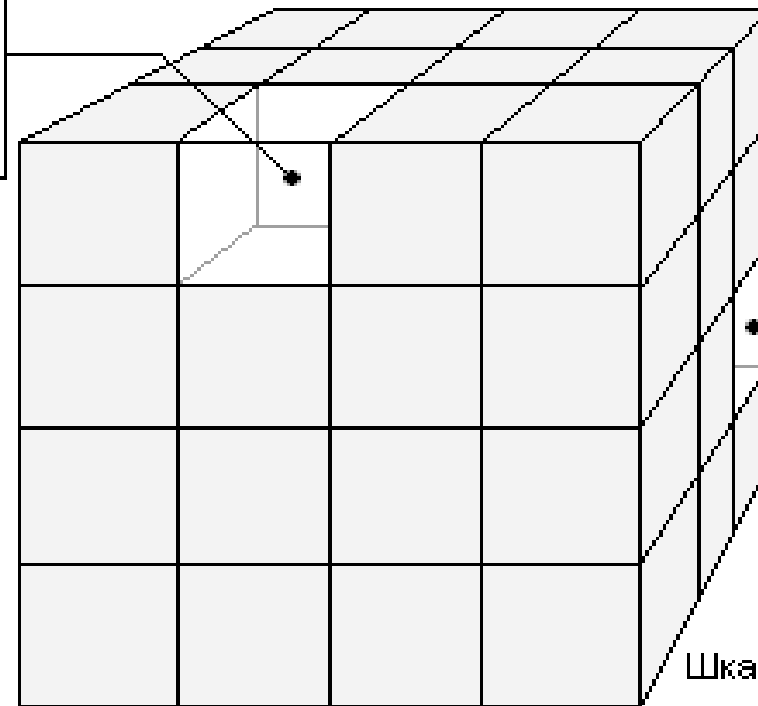
Испытуемый 1
оценивает
Объект 2 по
Шкале 1

Испытуемый K

...

Испытуемый 2

Испытуемый 1



Испытуемый 2
оценивает
Объект 1 по
Шкале J

Шкала J

...

Шкала 1

Объект 1 Объект 2 ... Объект J

Шкалы X Объекты X Испытуемые

Элементы
анализа –
оценка одного
лидера одним
респондентом



Единицы анализа



Оценки одного лидера, данные
выборкой респондентов



Оценка набора лидеров,
данные одним респондентом

Люди оценивают лидеров (выборы)



Опрос населения по поводу популярности политических лидеров

- Позволяет получить рейтинг, дает обратную связь успешности проводимой этими лидерами политики;
- Отражает позиции коллективного общественного субъекта
- Социологические процедуры прямой оценки выявляют интегральный имидж лидера
- Психосемантические методы выявляют многомерный имидж лидера

- Построение категориальной структуры восприятия политических лидеров позволяет выделять и анализировать обобщенные критерии оценивания коллективным субъектом политических деятелей
- Размещение образов политических лидеров в семантическом пространстве показывает отношение к ним со стороны населения по обобщенным категориям-признакам, а также позволяет оценить сходство анализируемых персоналий друг к другу в рамках коллективных представлений

Проблемы дизайна исследования

- Шкалы:
 - Профессиональные и личностные характеристики
 - Ассоциативные шкалы
 - Фразеологизмы
- Объекты
 - Современные – Исторические
 - Формальные – Неформальные
 - Внутренние – Внешние
 - Федеральные – Региональные
- Респонденты
 - Политическая ориентация
 - Уровень образования
 - Репрезентативность

- Сопоставление категориальных структур
 - Центр $\leftrightarrow$ Регионы,
 - Группа поддержки $\leftrightarrow$ Оппозиция,
 - Мужчины $\leftrightarrow$ Женщины,
 - Молодые $\leftrightarrow$ Пожилые
- Динамика восприятия $\leftrightarrow$ Динамика имиджей

Стандартный дизайн исследования

- *Оцениваемые объекты:* политические лидеры (жесткий ↔ гибкий список). В список оцениваемых персонажей, даже если речь идет о мониторинге для сугубо прагматических целей, рекомендуется включать наряду с действующими лицами также «знаковые» политические фигуры прошлого.
- *Оценивающие шкалы:* переменные (дескрипторы), характеризующие лидера с личностных, профессиональных, политических, ценностных позиций .
- *Процедура оценивания:* Шкалы имеют семизначную градацию 3, 2, 1, 0, -1, -2, -3, где число 3 означает максимальную оценку страны (данную респондентом) по предложенной характеристике, а число -3 означает наличие противоположной по смыслу, антонимической характеристики.
- *Испытуемые:*
 - Общее требование. Люди способные квалифицировано отвечать на вопросы в объеме обыденных представлений (как правило студенты или с высшим образованием).
 - Требования в соответствии с предметом исследования для обеспечения репрезентативной выборки. Напр.,
 - иммигранты или коренные граждане,
 - жители какой-то страны или геополитического региона
 - определенного возраста,
 - Определенной политической ориентации,
 - определенной профессии и т.д.
- *Анализ данных* (Методы анализа психосемантических данных)

Пример 1

- Время проведения исследования: 2016
- Место проведения: г. Киров (Россия), г. Сеул (Южная Корея), г. Ташкент (Узбекистан)
- Объемы выборок:



Россия – 147 человек



Южная Корея – 105 человек



Узбекистан – 100 человек

Сильная личность

Путин



Идеал

Сталин



Ким Чен Ын



Рузвельт



Дзэдун

Си Цзинь



Далай Лама



Хи Абэ



Парк



Пар



Меркль



Обама

Гитлер



Мораль и нравственность



Сильная личность

Гитлер



Пак Джон Хи



Путин



Обама



Сталин

Мао Дэ



Си Цзиньпин

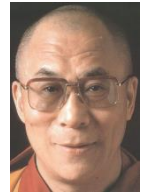


Мораль и
нравственность

Абэ



Далай Лама



Ким Чен Ын



Пак Кын Хе



Сильная личность



Гитлер



Бама

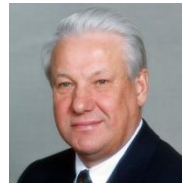


Ын



иб

П



лас



Чериль



Ки



Пак Кын Хе



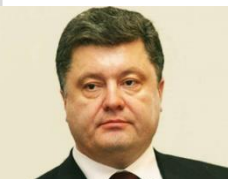
Путин



Идеал



Назарбаев Мораль и нравственность



Пример 2

- Время проведения исследования: 2012 – 2016
- Место проведения: г. Киров
- Объемы выборок:
 - 2012 – 171 человек
 - 2013 – 148 человек
 - 2014 – 166 человек
 - 2016 – 147 человек

Цель исследования

- Структура семантического пространства восприятия образов политических лидеров
- Динамика изменений
 - Содержание категорий
 - Взаимосвязь между категориями

Список шкал

- См. таблицу (65 пунктов)
- 4 среза
- Факторный анализ

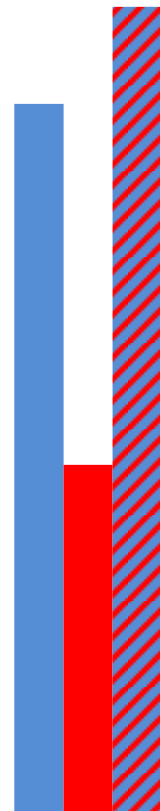
Степень близости к образу идеального президента, как имплицитный рейтинг

$$\forall i \ d(\text{лидер}_i, \text{идеал}) = \sqrt{\frac{\sum_{k=1}^{65} (\text{лидер}_{ik} - \text{идеал}_k)^2}{65}}$$

40
35
30
25
20
15
10
5
0

2012 2013 2014

Путин
Зюганов
Явлинский
Жириновский
Медведев
Прохоров
Навальный
Миронов



Структура исходных данных для дискриминантного анализа

№	X_1	X_2	...	X_J	Y
1	x_{11}	x_{12}		x_{1J}	y_1
2	x_{21}	x_{22}		x_{2J}	y_2
K	x_{K1}	x_{K2}		x_{KJ}	y_K

**Пример расположения в
двухмерном пространстве
двух классов**



РЕЗУЛЬТАТЫ ДА

Выводы

- Существуют стереотипные представления о политических лидерах (устойчивые корреляции между характеристиками)
- Существует небольшое множество устойчивых конструкторов описывающих имиджи лидеров
- Эти конструкторы имеют общую и специфическую (определяемую культурой) компоненты
- В течение времени происходят значимые изменения в оценки образов лидеров и самих конструкторах

КОНЕЦ

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ
КОНТАКТЫ:
OMITINA@INBOX.RU