

## Секция «Политические науки»

### Теоретические подходы к исследованию политического восприятия

*Букреева Ольга Владимировна*

*Аспирант*

*МГУ им. М.В. Ломоносова, Факультет политологии, Москва, Россия*

*E-mail: zabubuka@inbox.ru*

Политическое восприятие есть восприятие политической власти, ее институтов и субъектов, а также их функциональной взаимосвязи.

Начиная с научных разработок Уоррена Миллера, Дональда Стокса и Дональда Гранберга, в зарубежной литературе доминируют, главным образом, две модели политического восприятия – диспозиционная и модель «политических ярлыков». Они встраиваются в общую концепцию «политики восприятия», ключевой идеей которой является формирование интуитивного впечатления о кандидате на основе таких фактов, как его вербальный стиль, внешность и невербальное поведение, вместо логичной и осмысленной аргументации относительно его профессиональной компетенции. Однако, несмотря на достаточные эмпирические основания, указанные модели политического восприятия не носят комплексного характера, кроме того, они валидны только на уровне отдельных личностей.

Наиболее абстрактная комплексная аналитическая модель политического восприятия создана в рамках отечественной политической психологии кафедрой политической психологии МГУ им. М.В. Ломоносова. Выделив в архитектуре образа власти эмоциональное, когнитивное и поведенческое измерения, а также рассмотрев рациональный и бессознательный каналы его формирования, можно делать обоснованные выводы относительно состояния массового политического сознания.

### Литература

1. 1. Anthony Downs. An Economic Theory of Political Action in a Democracy// The Journal of Political Economy, Vol. 65, No. 2 (April, 1957).
2. 2. Arrow, Kenneth J. Social Choice and Individual Values/ Yale University Press, New Haven, 1963.
3. 3. Bartels, Larry M. Uninformed Votes: Information Effects in Presidential Elections// American Journal of Political Science. – 1996. – Vol. 40, No. 1.
4. 4. Berelson, Bernard, Lazarsfeld, Paul F., McPhee, William N. Voting: A Study of Opinion Formation in a Presidential Campaign. – University of Chicago Press, 1954.
5. 5. Buchanan, James M., Tullock, Gordon. The Calculus of Consent: Logical Foundations of Constitutional Democracy/ University of Michigan Press, 1962.
6. 6. Campbell, Angus, Converse, Philip E., Miller, Warren E., Stokes, Donald E. The American Voter. – New York: John Wiley & Sons, Inc, 1960.
7. 7. Caplan, Bryan. The Logic of Collective Belief// Rationality and Society. – 2003. – Vol. 15, No. 2.

8. 8. Caplan, Bryan. *The Myth of the Rational Voter: Why Democracies Choose Bad Policies*/ Princeton University Press, 2007.
9. 9. Caplan, Bryan. Rational Ignorance versus Rational Irrationality// *Kyklos*. – 2001. – Vol. 54, No. 1.
10. 10. Converse, Philip E. *Popular Representation and the Distribution of Information// Information and Democratic Processes*/ ed. by John A. Ferejohn, James H. Kuklinski. – University of Illinois Press, 1990.
11. 11. De Landtsheer, Christ'l, De Vries, Philippe, Vertessen, Dieter. Political Impression Management: How Metaphors, Sound Bites, Appearance Effectiveness, and Personality Traits Can Win Elections// *Journal of Political Marketing*. – 2008. – Vol. 7, Issue 3-4.
12. 12. Huemer, Michael. Why are People Irrational about Politics// *International Review of Social Sciences*. – 2010. – Vol. 54, No. 1.
13. 13. Jones, Bryan D. Bounded Rationality// *Annual Review of Political Science*. – Vol.2. – June, 1999.
14. 14. Kristensen, Niels Norgaard. Perceptions of Power and Democracy: Analytical and Methodological Dilemmas of the Construction of Images// *Qualitative Studies*. – 2010. – Vol. 1, No. 1.
15. 15. Lodge, Milton, Taber, Charles S. Three Steps Toward a Theory of Motivated Political Reasoning// *Elements of Reason: Cognition, Choice, and the Bounds of Rationality*/ ed. by Arthur Lupia, Mathew D. McCubbins, Samuel L. Popkin. – Cambridge: Cambridge University Press, 2000.
16. 16. Olson, Mancur. *The Logic of Collective Action: Public Goods and the Theory of Groups*/ Harvard University Press, 2002.
17. 17. Page, Benjamin I., Shapiro, Robert Y. *The Rational Public: Fifty Years of Trends in Americans' Policy Preferences*. – University of Chicago Press, 1992.
18. 18. Popkin, Samuel L. *The Reasoning Voter: Communication and Persuasion in Presidential Campaigns*. – University of Chicago Press, 1991.
19. 19. Simon, Herbert A. Human Nature in Politics: The Dialogue of Psychology with Political Science// *The American Political Science Review*. – Vol. 79, No. 2 (June, 1985).
20. 20. Simon, Herbert A. Rationality in Political Behavior// *Political Psychology*. – Vol. 16. – 1995.
21. 21. Sniderman, Paul M., Brody, Richard A., Tetlock, Philip E. *Reasoning and Choice: Explorations in Political Psychology*. – Cambridge University Press, 1993.

22. 22. Sutherland, Sharon L., Tanenbaum, Eric J. Irrational Versus Rational Bases of Political Preference: Elite and Mass Perspectives// Political Psychology. – Vol. 5. – No. 2 (June, 1984).
23. 23. Эллис А., Драйден У. Практика рационально-эмоциональной поведенческой терапии: 2-е изд./ Пер. с англ. Т. Саушкиной. – СПб.: Изд-во «Речь», 2002.
24. 24. Пушкарева Г.В. Изучение электорального поведения: контуры когнитивной модели// Полис. – 2003. – 3. – С. 128.
25. 25. Нестерова С.В. Визуальные и вербальные характеристики образов власти// Политическая психология: хрестоматия/ Сост. Е.Б. Шестопал. – М.: Аспект Пресс, 2007. – С. 422-423.
26. 26. Образы российской власти: от Ельцина до Путина/ Под ред. Е.Б. Шестопал. – М.: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2009. – 416 с.
27. 27. Шестопал Е.Б. Образ и имидж в политическом восприятии: актуальные проблемы исследования// Образы государств, наций и лидеров/ под ред. Е.Б. Шестопал. – М.: Аспект Пресс, 2008. – С. 8-23.
28. 28. Шестопал Е.Б. Образы власти в постсоветской России. – М.: Алетейа, 2004. – 536 с.
29. 29. Шестопал Е.Б. Политическая повестка дня российской власти и ее восприятие гражданами// Полис. – 2011. – 2. – С. 7-24.
30. 30. Шестопал Е.Б. Политическая психология: Учебник. 2-е изд., перераб. и доп.– М.: Аспект Пресс, 2012. – 427 с.
31. 31. Шестопал Е.Б. Теоретико-методологические проблемы исследования образов власти// Психология власти/ под ред. Е.Б. Шестопал. – М.: Издательство «Социально-политическая мысль», 2002. – С. 8-20.
32. 32. Щербинина Н.Г. Политический образ и имидж: соотношение понятий// Актуальные проблемы современной политической психологии: юбилейный сборник кафедры/ Под ред. Е.Б. Шестопал. – М.: РИОР, 2010. – С. 111-118.