

Социологическое сопровождение избирательного процесса

Научный руководитель – Карпова Наталья Владимировна

Саргсян Нарек Андраникович

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Социологический факультет, Москва, Россия
E-mail: narek064@gmail.com

Избирательный процесс - важный компонент социально-политической системы общества. Он выполняет в ней неотъемлемую функцию рекрутирования, позволяя каждый раз обновлять систему. Также в ходе избирательного процесса происходит артикуляция интересов, в ходе которого акторы высказывают и представляют эти интересы в политическом пространстве. Таким образом, вышеперечисленное позволяет сохранять социально-политическую систему в стабильности в динамике, не давая ей «застаиваться».

Избирательная система определяет характер протекания избирательного процесса. Избирательный процесс неотъемлемый компонент демократического режима. Избирательная система не только зависит от юридических норм региона, но и сложившейся политической культуры и традиций. С точки зрения социологии, избирательный процесс - процесс публичный и конкурентный, в котором проявляется изобретательность и творчество субъектов управления.

Исходя из политико-социологического анализа, одним из ключевых компонентов избирательного процесса является избирательная кампания.

Избирательная кампания - не совокупность хаотичных действий, а совокупность мероприятий в строго ограниченных во временных рамках и урегулированных нормативными актами, которые подразделяются на стадии. Так, Е. Малкин и Е. Сучков предлагают одно видение [3], а Амелин В.Н. и Федоркин Н.С. иную [1]. Но общее одно, что это явление структурировано.

Содержание избирательной кампании заключается в изобретательности и творчестве команды кандидата или политической партии, которое проявляется в рамках установленных правовых норм.

Предварительный этап избирательной кампании - самый ключевой момент в ходе принятия решения о начале кампании. Именно в ходе этого этапа происходит диагностика избирательного округа и электората, после чего команда принимает решение продолжать ли кампанию или нет. По мнению Амелина В.Н. и Федоркина Н.С., «на этом этапе реализуются следующие направления работы: самоопределение кандидата, установление контактов с лидерами мнений и авторитетными руководителями, реализация гуманитарных программ, создание организационной базы кампании» [1].

В настоящий момент протекание избирательной кампании в большинстве своем сосредоточено в цифровом виртуальном пространстве. Так, по мнению Крыштановской О.В. и Лаврова И.А., «У политических структур, по сути, нет выбора: социальные сети на сегодняшний день являются самой эффективной площадкой для привлечения электората» [2].

Роль социолога раскрывается в информационно-аналитическом сопровождении, в котором включает себе применение социологических методов. Современным применением такого социологического метода как опрос произошло в 20 в. под руководством известного социолога Дж. Гэллага, который смог прогнозировать социальную реальность, складывающейся на тот момент. Его опрос был основан на научном формировании выборочных совокупностей, которые репрезентировали генеральную совокупность.

Источники и литература

- 1) Амелин В.Н., Федоркин Н.С. Стратегия избирательной кампании. М.: РЦОИТ, 2001. С.55. URL: https://www.rcoit.ru/upload/iblock/de8/strategiya_izbiratelnoy_kampanii.pdf
- 2) Крыштановская О. В., Лавров И. А. Российские партии в поисках молодежи // Социологические исследования. 2022. № 12. С. 73.
- 3) Малкин Е., Сучков Е. Основы избирательных технологий и партийного строительства. - 4-е изд., расш. и дополн. - М.: Русская панорама, 2003. С.176.