

**Прочитайте текст и выполните задание.**

Избирательная стратегия — главный инструмент организации и проведения избирательной кампании. Стратегия, стратегические приоритеты, стратегические направления избирательной кампании, стратегический замысел, стратегический имидж — все эти термины связываются с данным понятием как организаторами, так и аналитиками избирательных кампаний. Однако отсюда вовсе не следует, что все участники избирательного процесса однозначно понимают эти термины. Более того, исследователи тоже не пришли к единому пониманию стратегии.

Основная проблема в том, что стратегия как форма организации деятельности зависит от множества факторов, начиная от исторической ситуации, переживаемой обществом, и заканчивая особенностями личности кандидата. Всё это заставляет более пристально рассмотреть различные подходы к пониманию избирательной стратегии с тем, чтобы сформулировать обобщающее понятие.

Разработка и реализация определенной, чётко выстроенной и сбалансированной стратегии ведения предвыборной политической борьбы достаточно сложная задача, решение которой определяет успех всей избирательной кампании. Хорошая стратегия определяет порядок действий кандидата и его команды по достижению поставленных целей. Это и компас, указывающий верное направление, и способ движения к намеченной цели. Если команда кандидата не смогла построить избирательную стратегию, кампания приобретает спонтанный и непредсказуемый характер. Роль команды в том, что она должна стать единым организмом, органы которого дополняют друг друга и усиливают общее стремление к поставленной цели.

Политические технологи и аналитики используют различные подходы к анализу построения избирательной кампании. В рамках каждого из этих подходов формируется своё представление об избирательной стратегии. В самом общем виде можно выделить три основных типа избирательных стратегий: социальная, политическая и имиджевая. Разумеется, в каждом из этих подходов присутствуют элементы других, но в подчиненном виде. Рассмотрим каждый из них более детально.

Социальный подход к избирательной стратегии предполагает, что избирательная стратегия направлена на изменение социальной среды, на инициирование тех социальных сил, благодаря которым кандидат получает неоспоримые преимущества перед соперниками. Основная цель стратегии состоит в налаживании взаимодействия кандидата с различного рода социальными группами и слоями, поддержка которых и составляет главный политический капитал, опираясь на который он получает доступ и к другим ресурсам, необходимым для победы.

Политический подход к избирательной стратегии акцентирует внимание на политической сфере как главной цели кандидата. Победа зависит от налаживания правильного взаимодействия кандидата с основными игроками политической сцены. Создание союзов, коалиций, направленных против одних игроков и в поддержку других, обеспечивает продвижение кандидата на политической сцене. Стратегия этого типа нацелена на достижение высокого политического статуса, который открывает доступ к административным ресурсам и обеспечивает поддержку социальных слоёв.

Сторонники имиджевого подхода считают, что и социальная, и политическая среды подвижны, пластичны, поэтому полагаться на них нельзя. Кандидат, используя личностный ресурс — свой имидж, — подчиняет себе и социальную, и политическую среды и добивается победы. Имидж — это специально созданная конструкция, предназначенная для подчинения социальной и политической среды целям кандидата. В ходе политической борьбы имидж используется как символический капитал, обладающий порой даже большей силой, чем социальный или политический.

*По В. Н. Амелину и Н. С. Федоркину*

Автор пишет, что «политические технологи и аналитики используют различные подходы к анализу построения избирательной кампании». Укажите два любых подхода, названных автором. Приведите по два примера, иллюстрирующих каждый из них. Сначала указывайте подход, затем приводите примеры, которые его иллюстрируют. Каждый пример должен быть сформулирован развёрнуто.