

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 «основная проблема в том, что стратегия как форма организации деятельности зависит от множества факторов». Опираясь на текст и обществоведческие знания, назовите три любых фактора и поясните их влияние на избирательный процесс.