

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Смирнов Сергей Николаевич  
Должность: врио ректора  
Дата подписания: 19.06.2024 16:05:28  
Уникальный программный ключ:  
69e375c64f7e975d4e8830e7b4fcc2ad1bf35f08

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации**  
**ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет»**



Утверждаю:  
Руководитель ООП:  
Михайлов В.А.  
29.04.2024

Рабочая программа дисциплины (с аннотацией)

**Электоральная социология**

Направление подготовки  
39.03.01 Социология

Профиль  
Социология управления и организаций

Для студентов 4 курса  
очной формы обучения

Составитель:  
Михайлов В.А.

Тверь, 2024

## **I. Аннотация**

### **1. Цели и задачи дисциплины**

Главной целью учебного курса «Электоральная социология» является углубленное изучение и освоение студентами теоретико-методологического инструментария, применяемого в современных социологических исследованиях политической жизни и электорального поведения, умение использовать социологические способы исследования применительно к проблематике курса.

Основные задачи курса:

- раскрыть историю изучения электорального поведения, особенности теоретико-методологических основ и методического инструментария в данной области социологического знания;

- представить основные подходы к анализу электоральных процессов в регионе;

- привить навыки социологических способов исследования поведения электората.

- формировать способность определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, готовить проектное предложение для проведения социологического исследования (самостоятельно или под руководством).

### **2. Место дисциплины в структуре ООП**

Данный курс представляет собой дисциплину по выбору части учебного плана образовательной программы по направлению 39.03.01 Социология, формируемой участниками образовательных отношений.

Место и роль данной учебной дисциплины в основной образовательной программе состоит в том, что курс имеет многообразные взаимосвязи с другими дисциплинами смежных научных областей исследований, что важно для всесторонней подготовки выпускника по данной образовательной программе.

Данный курс опирается на знания, умения и навыки, приобретенные студентами в рамках таких дисциплин, как «Политология», «Методология и методы социологического исследования» и др. В результате освоения предшествующих дисциплин обучающийся должен обладать знаниями в области политической социологии, иметь представление о методике анализа и прогнозирования, быть готовым применить имеющиеся знания к освоению новых предметных областей.

Освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее для производственной практики.

**3. Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетные единицы, 180 часов.**

**В том числе:**

**контактная работа:**

лекции - 6 часов,

практические занятия - 12 часов,

**контактная внеаудиторная работа:**  
 контроль самостоятельной работы - 20 часов,  
**самостоятельная работа:** 115 часов,  
**контроль:** 27 часов.

**4. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Планируемые результаты освоения образовательной программы (формируемые компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
<p><b>УК-2</b>            Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений</p> <p><b>УК-10</b>            Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности</p> <p><b>ПК-2</b>            Способен подготовить проектное предложение для проведения социологического исследования (самостоятельно или под руководством)</p>	<p>УК-2.2 – Предлагает способы решения поставленных задач и ожидаемые результаты; оценивает предложенные способы с точки зрения соответствия цели проекта</p> <p>УК-10.5            Предлагает комплексные меры и методы профилактики экстремизма, террористической деятельности, а также минимизации коррупционных рисков в сфере профессиональной деятельности, способы распространения правовых знаний о юридической ответственности за соответствующие правонарушения</p> <p>ПК-2.2 – Обосновывает актуальность проекта для решения поставленной проблемы</p>

**5. Форма промежуточной аттестации и семестр прохождения – экзамен, 8 семестр.**

**6. Язык преподавания русский.**

**II. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий**

		Контактная работа (час.)	
--	--	--------------------------	--

Учебная программа – наименование разделов и тем	Всего (час.)	Лек- ции	Практические занятия	Контроль самостоятельной работы	Самосто- ятельная работа, в том числе контроль (час.)
Электоральная социология: предмет, методы, основные категории	20	0	1	2	17
Выборы как объект социологического исследования	20	0	1	2	17
Электорат и электоральное поведение	20	1	2	2	15
Субъекты электорального процесса	20	0	1	2	17
Социологическое обеспечение избирательной кампании: основные этапы и их особенности	20	1	1	2	16
Качественные и количественные методы электоральной социологии методы электоральной социологии	20	1	1	2	16
Прогнозирование поведения электората и итогов выборов	20	1	2	3	14
Региональный электоральный процесс: социологический подход	20	1	2	3	14
Политическая реклама и политический имидж в электоральных исследованиях	<b>180</b>	<b>6</b>	<b>12</b>	<b>20</b>	<b>115 и 27</b>

### III. Образовательные технологии

Учебная программа – наименование разделов и тем	Вид занятия	Образовательные технологии
Электоральная социология: предмет, методы, основные категории	Лекция	Информационные (цифровые) технологии / Проблемная лекция Технологии развития критического мышления / дебаты
	Практическое занятие	
Выборы как объект социологического исследования	Лекция	Информационные (цифровые) технологии / Проблемная лекция Технологии развития критического мышления / дебаты
	Практическое занятие	
Электорат и электоральное поведение	Лекция	Информационные (цифровые) технологии / Проблемная лекция Технологии развития критического мышления / дебаты
	Практическое занятие	
Субъекты электорального процесса	Лекция	Информационные (цифровые) технологии / Проблемная лекция Технологии развития критического мышления / дебаты
	Практическое занятие	
Социологическое обеспечение избирательной кампании: основные этапы и их особенности	Лекция	Информационные (цифровые) технологии / Проблемная лекция Технологии развития критического мышления / дебаты
	Практическое занятие	

Качественные и количественные методы электоральной социологии методы электоральной социологии	Лекция Практическое занятие	Информационные (цифровые) технологии / Проблемная лекция Технологии развития критического мышления / дебаты
Прогнозирование поведения электората и итогов выборов	Лекция Практическое занятие	Информационные (цифровые) технологии / Проблемная лекция Технологии развития критического мышления / дебаты
Региональный электоральный процесс: социологический подход	Лекция Практическое занятие	Информационные (цифровые) технологии / Проблемная лекция Технологии развития критического мышления / дебаты
Политическая реклама и политический имидж в электоральных исследованиях	Лекция Практическое занятие	Информационные (цифровые) технологии / Проблемная лекция Технологии развития критического мышления / дебаты

#### Самостоятельная работа студентов:

- подготовка к аудиторным занятиям (лекциям, практическим занятиям и др.) и выполнение соответствующих заданий;
- самостоятельная работа над отдельными темами учебных дисциплин в соответствии с тематическими планами;
- систематизация и анализ научной и учебной литературы;
- подготовка ко всем видам контрольных испытаний, в том числе зачетам и экзаменам;
- участие в научных и научно-практических конференциях, семинарах и др.

#### КСР включает следующие виды:

- устный опрос;
- тестирование;
- контрольная работа;
- практикум по учебной дисциплине с использованием программного обеспечения;
- написание реферата (эссе) по заданной проблеме;
- анализ материалов по заданной теме, составление схем и моделей и проч.

#### Самостоятельная работа, в том числе контроль

- индивидуальные консультации по ходу выполнения самостоятельных заданий;
- подготовка презентаций;
- контроль и оценка результатов индивидуальных заданий;
- участие в научных студенческих конференциях и семинарах (оттиски тезисов, статей; сертификаты и проч.);
- поиск (подбор) и обзор литературы и электронных источников информации по индивидуально заданной проблеме курса;
- аналитический разбор научной публикации и др.

### **IV. Оценочные средства для проведения текущей и промежуточной аттестации**

Оценочные материалы для проведения *текущей* аттестации включают: контрольные вопросы и задания для практических занятий, контрольные работы, образцы контрольных тестов, темы рефератов, творческие задания.

Оценочные материалы для проведения *промежуточной* аттестации:

1. *Планируемый образовательный результат – УК-2* – Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их

решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений;

**УК-2.2** – Предлагает способы решения поставленных задач и ожидаемые результаты; оценивает предложенные способы с точки зрения соответствия цели проекта:

– *задание*: Проанализируйте предложенные способы решения поставленных задач и ожидаемые результаты в национальном проекте «Образование». Оцените предложенные способы с точки зрения соответствия цели проекта и изменяющимся обстоятельствам».

– *вид и способ проведения промежуточной аттестации*: творческое задание;

– *способ проведения*: письменный / устный.

2. *Планируемый образовательный результат* – **ПК-2** – Способен подготовить проектное предложение для проведения социологического исследования (самостоятельно или под руководством);

**ПК-2.2** - Обосновывает актуальность проекта для решения поставленной проблемы:

– *задание*: Раскройте актуальность проекта для решения поставленной проблемы (применительно к тематике Вашей ВКР);

– *вид и способ проведения промежуточной аттестации*: творческое задание;

– *способ проведения*: письменный / устный.

Формы и способы оценки	Обобщенные критерии оценки			
	«2»	«3»	«4»	«5»
<b>Устный ответ</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– не раскрыто основное содержание учебного материала;</li> <li>– обнаружено незнание или непонимание большей или наиболее важной части учебного материала;</li> <li>– допущены ошибки в определении понятий, при использовании терминологии, которые не исправлены после нескольких наводящих вопросов</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– неполно или непоследовательно раскрыто содержание материала, но показано общее понимание вопроса и продемонстрированы умения, достаточные для дальнейшего усвоения материала;</li> <li>– усвоены основные категории по рассматриваемому и дополнительным вопросам;</li> <li>– имелись затруднения или допущены ошибки</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– вопросы излагаются систематизировано и последовательно;</li> <li>– продемонстрировано умение анализировать материал, однако не все выводы носят аргументированный и доказательный характер;</li> <li>– продемонстрировано усвоение основной литературы.</li> <li>– в изложении допущены небольшие пробелы, не исказившие</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– полно раскрыто содержание материала;</li> <li>– материал изложен грамотно, в определенной логической последовательности;</li> <li>– продемонстрировано системное и глубокое знание программного материала;</li> <li>– точно используется терминология;</li> <li>– показано умение иллюстрировать теоретические положения конкретными примерами, применять их в новой ситуации;</li> <li>– продемонстрировано усвоение ранее изученных сопутствующих вопросов, сформированность и устойчивость</li> </ul>

		<p>в определении понятий, использовании терминологии, исправленные после нескольких наводящих вопросов;</p> <p>– при неполном знании теоретического материала выявлена недостаточная сформированность компетенций, умений и навыков, студент не может применить теорию в новой ситуации;</p> <p>– продемонстрировано усвоение основной литературы</p>	<p>содержание ответа; допущены один</p> <p>– допущены ошибка или более двух недочетов при освещении второстепенных вопросов, которые легко исправляются по замечанию преподавателя</p>	<p>компетенций, умений и навыков;</p> <p>– ответ прозвучал самостоятельно, без наводящих вопросов;</p> <p>– продемонстрирована способность творчески применять знание теории к решению профессиональных задач;</p> <p>– продемонстрировано знание современной учебной и научной литературы;</p> <p>– допущены неточности при освещении второстепенных вопросов, которые исправляются по замечанию</p>
--	--	---	--	---

**Критерии оценивания заданий, связанных с систематизацией и анализом научной и учебной литературы**

Шкала оценивания	Критерии оценивания
5 рейтинговых баллов	Студент дает правильный и полный (развернутый) ответ на все теоретические вопросы, последовательно их раскрывает; умеет логично и грамотно излагать собственные умозаключения и выводы, демонстрируя уверенные знания по заявленной теме; ответ проиллюстрирован конкретными примерами из практики. Студент демонстрирует навыки по сбору и систематизации научной информации, учебной литературы по данному вопросу в достаточном количестве.
4 рейтинговых балла	Студент дает правильный ответ на большинство теоретических вопросов, делает собственные умозаключения и формулирует выводы, демонстрируя знания по теме; ответ проиллюстрирован хотя бы одним примером. Студент использовал научную, учебную литературу, но не достаточно ее систематизировал и обобщил. Студент демонстрирует способность выступать с сообщением и участвовать в обсуждении проблем на семинарах.
3 рейтинговых балла	Студент дает неполный ответ, демонстрируя поверхностные знания по вопросу. Студент способен подбирать и систематизировать материал.
2 рейтинговых балла	Студент дает неполный ответ, демонстрируя поверхностные знания по вопросу. Студент способен подбирать материал, но при этом материал не структурирован, не обобщен в достаточной степени, а само выступление требует доработки.
1 рейтинговый балл	Студент выполнил лишь отдельные элементы задания.
0 рейтинговых	Задание не выполнено либо выполнено неверно.

баллов	
<b>Критерии оценивания презентаций</b>	
Шкала оценивания	Критерии оценивания
5 рейтинговых баллов	<p>Тема презентации соответствует программе учебной дисциплины. Презентация содержит достоверную информацию. Все заключения подтверждены надлежащими источниками. Студент продемонстрировал навыки обобщения материала, правильного использования соответствующей изучаемому курсу терминологии.</p> <p>Содержание презентации свидетельствует о ее актуальности. В презентации имеются в достаточном количестве графические иллюстрации, диаграммы, примеры из СМИ. Материал изложен в логической последовательности. Имеются обоснованные выводы в заключении. Презентация корректно оформлена, использованы разные цветовые решения (фон, шрифт, заголовки и т.п.).</p> <p>Выдержан объем – 8-10 слайдов. Общий объем текста не превышает 10-15 % от всей презентации.</p>
4 рейтинговых балла	<p>Тема презентации соответствует программе учебной дисциплины. Презентация в целом содержит достоверную информацию. Основные заключения подтверждены достоверными источниками. Студент продемонстрировал навыки обобщения материала, правильного использования терминологии.</p> <p>Содержание презентации свидетельствует о ее актуальности. В презентации имеются графические иллюстрации, диаграммы, графики, примеры из практики, цитаты и т.п. Материал изложен в логической последовательности. Имеются выводы в заключении. Имеются недостатки в техническом оформлении (использование цвета (фон, шрифт, заголовки, картинки, схемы, рисунки).</p> <p>Не в полной мере выдержан объем презентации (меньше или больше 8-10 слайдов). Объем текста превышает 15 % от всей презентации.</p>
3 рейтинговых балла	<p>Тема презентации соответствует программе учебной дисциплины. Презентация содержит неточности. Несущественно нарушена логическая последовательность изложения материала. Имеются отдельные недостатки в техническом оформлении (использование цвета (фон, шрифт, заголовки, картинки, схемы, рисунки). Не соблюдены требования к объему презентации и объему текстовой информации.</p>
2 рейтинговых балла	<p>Тема презентации в целом соответствует программе учебной дисциплины. Презентация содержит существенные неточности. Частично нарушена логическая последовательность изложения материала. Имеются существенные недостатки в техническом оформлении (использование цвета (фон, шрифт, заголовки, картинки, схемы, рисунки). Не соблюдены требования к объему презентации и объему текстовой информации.</p>
1 рейтинговый балл	<p>Тема презентации не вполне соответствует программе учебной дисциплины. Презентация содержит грубые содержательные ошибки. Нарушена логическая последовательность изложения материала. Имеются серьезные недостатки в техническом оформлении (использование цвета (фон, шрифт, заголовки, картинки, схемы, рисунки). Не соблюдены требования к объему презентации и объему текстовой информации.</p>
0 рейтинговых баллов	Презентация не сделана.

### Критерии оценивания участия в дискуссии

Шкала оценивания	Критерии оценивания
5 рейтинговых баллов	Студент уверенно знает правила проведения дискуссий, умеет аргументировать свою позицию, при этом демонстрирует готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциал, а также готовность



	правильно действовать в нестандартных ситуациях
4 рейтинговых балла	Студент знает основные правила проведения дискуссий, частично аргументировал свою позицию, при этом демонстрирует готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциал, однако не всегда демонстрирует умение правильно действовать в нестандартных ситуациях.
3 рейтинговых балла	Студент принимает достаточно активное участие в дискуссии, обозначает свою позицию, но при этом его аргументация неполная, хотя и со ссылкой на соответствующие источники.
2 рейтинговых балла	Студент принимает участие в дискуссии, обозначает свою позицию, но при этом его аргументация неполная, без ссылки на соответствующие источники.
1 рейтинговый балл	Студент принимает минимальное участие в дискуссии, обозначает свою позицию, но при этом не аргументирует свою позицию.
0 рейтинговых баллов	Студент в дискуссии не участвует.

Основой для определения оценки на экзамене служит объем и уровень усвоения студентами материала, предусмотренного рабочей программой дисциплины, а также данные текущего контроля и прохождения межсеместровой аттестации. При определении требований к экзаменационным оценкам предлагается руководствоваться следующими критериями:

**Оценки «отлично»** заслуживает студент, обнаруживший всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, умеющий творчески и осознанно выполнять задания, предусмотренные учебной программой по дисциплине, усвоивший основную и знакомый с дополнительной литературой, рекомендованной программой. Оценка «отлично» выставляется студентам, усвоившим взаимосвязь основных понятий дисциплины в их значении для приобретаемой профессии, проявившим творческие способности в понимании, изложении и использовании учебного материала; успешно выполнившему в процессе изучения дисциплины все задания, предусмотренные формами текущего и межсеместрового контроля.

**Оценки «хорошо»** заслуживает студент, обнаруживший полное знание основных тем учебной программы, успешно выполняющий предусмотренные в программе задания, усвоивший основную литературу, рекомендованную в программе. Оценка «хорошо» выставляется студентам, показавшим стабильный характер знаний и умений и способному к их самостоятельному применению и обновлению в ходе последующего обучения и практической деятельности, а также выполнившему в процессе изучения дисциплины все задания, предусмотренные формами текущего и межсеместрового контроля.

**Оценки «удовлетворительно»** заслуживает студент, обнаруживший знание основного программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии, справляющийся с выполнением заданий, предусмотренных программой, знакомый с основной литературой, рекомендованной программой. Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, допустившему неточности в ответе на экзамене и при выполнении экзаменационных заданий; но в основном обладающему

необходимыми знаниями и умениями для их устранения при корректировке со стороны экзаменатора, выполнившего в процессе изучения дисциплины задания, предусмотренные формами текущего и межсеместрового контроля, с определенными погрешностями.

**Оценка «неудовлетворительно»** выставляется студенту, обнаружившему существенные пробелы в знаниях основного учебного материала по программе, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий, не выполнившего отдельные задания, предусмотренные формами текущего и межсеместрового контроля. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение или приступить к профессиональной деятельности по окончании вуза без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

## **V. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

### **1) Рекомендуемая литература**

#### **Основная литература**

1. Политическая социология: учебник / Ж.Т. Тощенко, В.Э. Бойков, Ю.Е. Волков и др.; под ред. Ж.Т. Тощенко. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 496 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 5-238-00460-5; [Электронный ресурс]. –Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=118661>

2. Политическая социология: [Электронный ресурс] Учебное пособие / Г.И. Козырев. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 336 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование). (переплет) ISBN 978-5-8199-0540-1, 1000 экз. - Режим доступа: <http://znanium.com/go.php?id=398059>

#### **Дополнительная литература**

1. Политическая социализация российских граждан в период трансформации: монография / под ред. Е.Б. Шестопа. - Москва: «Новый хронограф», 2008. - 552 с. - (Российское общество. Современные исследования). - ISBN 978-5-94881-064-5; То же [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=228517>

### **2. Программное обеспечение**

Adobe Acrobat Reader DC

Google Chrome

Kaspersky Endpoint Security 10 для Windows

SMART Notebook

WinDjView

Многофункциональный редактор ONLYOFFICE  
ОС Linux Ubuntu

3) Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Репозиторий Тверского госуниверситета

<http://eprints.tversu.ru/information.html>

ИНДЕМ Региональный общественный фонд

<http://www.indem.ru>

Институт государственного управления и социальных исследований МГУ

<http://www.geocities.com/Athens/Olympus/9671/>

Институт независимых социологических исследований

<http://www.indepsocres.spb.ru>

Институт социально-политических исследований РАН

<http://www.ispr.ras.ni/>

<http://www.msses.co.ru/interc/index.html>

Информационно-аналитическое управление РАГС

<http://www.rags.ru/SUS-center.htm/>

Национальный институт социально-психологических исследований

<http://www.nispi.ru>

Российская ассоциация политических наук

<http://www.rapn.ru>

Российский независимый институт социальных и национальных проблем

<http://www.riisnp.ru>

РОМИР

<http://www.romir.ru>

Фонд «Институт экономических и социальных исследований»

<http://www.vlink.ru/~fund/>

Фонд исследования и моделирования общественных процессов

<http://www.fimop.ru>

Фонд «Общественное мнение»

<http://www.fom.ru>

Фонд «Политика»

<http://www.polity.ru>

Фонд эффективной политики

<http://www.fep.ru>

Центр независимых социологических исследований (ЦНСИ). Санкт-Петербург

<http://www.indepsocres.spb.ru/>

Центр социально-политического анализа

<http://www.riisnp.ru/rus/russian/center3.html>

Вестник МГУ. Социология и политология

[http://www.shpl.ru/docdelive/couteus/hist/v\\_mgu\\_s199902.htm/](http://www.shpl.ru/docdelive/couteus/hist/v_mgu_s199902.htm/)

Выборы. Законодательство и технологии – электронная версия.

Ежемесячный журнал Независимого института выборов

<http://www.vibory.ru/journal.html/>

4. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины:

1. Центральная избирательная комиссия Российской Федерации // <http://www.fci.ru>.
2. Избирательная комиссия Тверской области // [www.tver.izbirkom.ru](http://www.tver.izbirkom.ru).
3. Избирательные системы // <http://www.grandars.ru/college/sociologiya/ponyatie-izbiratelnoy-sistemy.html>
4. Выборы: теория и практика. Научно-практический журнал // [http://ryazan.izbirkom.ru/etc/%E2%84%9608\\_4\\_version.pdf](http://ryazan.izbirkom.ru/etc/%E2%84%9608_4_version.pdf).
5. Выборы в России // <http://www.vybory.ru>.
6. Все о выборах // <http://www.elections.ru>.
7. Колесников Ю.С. Электоральная социология // <http://psyfactor.org/lib/socis1.htm>.
8. Журнал о выборах // <http://www.rcoit.ru/e-library/books/155>.
9. Официальная Россия: Органы государственной власти Российской Федерации // [www.gov.ru](http://www.gov.ru).
10. Политическое участие как объект исследования (Обзор отечественной литературы) // <http://www.civisbook.ru/files/File/Kholmskaya-1999-5.pdf>.
11. Проведение выборов (избирательный процесс) // <http://state.rin.ru/cgi-bin/main.pl?id=91&r=37>.
12. Фонд развития парламентаризма в России, Законотворчество Российской Федерации // [www.legislature.ru](http://www.legislature.ru).
13. Фонд экономических и социально-политических экспертиз. Екатеринбург // <http://users.ur.ru:8081/~consult/Found.htm>.

## **VI. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

По каждой из тем даются необходимые учебные материалы, методические и практические рекомендации для обеспечения эффективного освоения учебной дисциплины. Все темы сопровождаются кратким планом из главных вопросов, подлежащих самостоятельному изучению и коллективному обсуждению на семинарских занятиях. При этом – в зависимости от профиля направления или осваиваемой образовательной программы (социология, политология, регионоведение и проч.) – преподаватель может корректировать набор вопросов по той или иной теме курса, вносить свои дополнительные вопросы, обновлять проблематику обсуждения. По желанию студентов или по предложению руководителей обучения могут быть введены дополнительные темы и вопросы для изучения, особенно – применительно к тем или иным городам и селам Тверской области, других регионов России.

Необходимо использовать не только основную и дополнительную литературу, предлагаемую для самостоятельной работы, но также многочисленные публикации в специализированных и профессиональных изданиях: «Ваш выбор – реальное право», «Вестник Центральной избирательной комиссии», «Выборы в Европе», «Выборы: теория и практика. Научно-практический журнал», «Вестник Института социологии», «Вестник Московского университета. Серия Социология и политология», «Журнал о

выборах», «Социологические исследования», «Политические исследования», «Социально-политический журнал» и другие журналы, порталы, фонды специализированных библиотек.

Список литературы, который приводится в конце каждой темы, призван сориентировать каждого обучающегося в источниковедческой базе данных и послужить основой для углубленной подготовки соответствующего материала (написание реферата, составление доклада, выступление на конференции, подготовка курсовой работы и т.д.).

При необходимости преподаватель на консультации может существенно расширить список рекомендуемой литературы. Для более широкого ознакомления с материалами по каждой теме курса рекомендуется активно использовать материалы конференций по профильной тематике, данные специализированных сайтов, публикации в известных журналах, монографии и сборники статей различных библиотек, материалы различных статистических изданий.

Вопросы для самоконтроля, домашние и проблемные задания для каждой теме пособия призваны закрепить изучаемый материал, пробудить у студентов живой интерес к тематике курса и предоставить каждому студенту дополнительные возможности проявить свои творческие возможности и личностные наклонности. По каждой теме в учебном пособии даются пробные тестовые задания.

Программу курса невозможно освоить без сбора и обработки информации о ключевых событиях, происходящих в стране и мире, особенно – применительно к электоральному поведению граждан в стране и регионе. Эта информация, содержащаяся в электронных и печатных СМИ, других доступных источниках, является основой для отработки приемов и методов фундаментальных и прикладных исследований в данной области социологического знания.

## **Практические занятия**

### **Тема 1**

#### **Электоральная социология: предмет, методы, основные категории**

##### **План**

1. Электоральная социология: краткая история становления и современное состояние.
2. Электоральная социология: предмет, основные направления исследований, главные категории.
3. Электоральная социология в системе подготовки магистра социологии.

##### **Контрольные вопросы и проблемные занятия**

1. Сделайте обзор литературы по теме обсуждения.
2. Сделайте обзор основных Интернет-ресурсов по тематике курса. Достаточно большое количество учебно-методического материала можно найти на специализированных веб-сайтах. Информационные ресурсы по политологии: Аналитические центры – сайты агентств, фондов, центров, которые занимаются политическим консалтингом, организацией

избирательных кампаний, «раскруткой» политических деятелей и т.п. Исследовательские агентства – результаты социологических опросов, среди которых политическая тематика занимает заметное место, аналитические отчеты и другие тексты. Зарубежные ресурсы представлены сайтами исследовательских центров и университетских кафедр. Специальные журналы и Интернет-СМИ – обширный источник информации. Информационные сайты и базы данных – полнотекстовая Университетская информационная система «РОССИЯ», система «Соционет» и др. Библиотеки – в них представлены электронные полнотекстовые библиотеки каталоги публичных библиотек России, по которым легко найти необходимое издание. Государственные институты различных стран – органы государственной власти. Сайты политических партий и проч.

3. Составьте словарь основных понятий терминов по данной теме курса. Обсудите на семинарском занятии.

4. Составьте структурно-логическую схему данного занятия. Обсудите на семинарском занятии.

5. Изучите следующий материал, используйте его при подготовке к занятию (автор – А.М. Салмин). Электоральная социология – область социологии политической, полностью или частично охватывающая исследования механизма выборов, избирательных кампаний, голосования электората, поведения избирателей. Начала выделяться в особую социологическую дисциплину в 20-30-х гг. XX в., хотя отдельные работы, содержащие анализ выборов, появились раньше, с 60- 80-х гг. XIX в. (Э. Эннел в Германии, О. Фокарди в Италии, Н.В. Святицкий в России и др.). По отношению к объекту исследования С.в. подразделяется на несколько сложившихся в разное время направлений: анализ ориентации и поведения национального корпуса избирателей (электората); исследование электоральной ориентации и поведения отдельных массовых социальных, демографических и этнических групп (рабочие, крестьяне, горожане, женщины, молодежь, негры в США, католики и т. д.); анализ поведения избирателей в ходе избирательной кампании в связи с факторами, влияющими на их выбор; изучение влияния избирательных систем на партийно-политическую систему (находится на стыке с социологией права, тяготеет к последней); исследование корпуса избирателей определенной партии при изучении организаций и всех сторон деятельности данной партии. Некоторые аспекты выборов (механизм избирательных кампаний как таковых, механизм отбора и выдвижения кандидатов, связь избирательных систем с политическими культурами стран и др.) изучаются, как правило, вне основного русла С.в., главное направление которой можно определить как «социологию избирателей (электората)». В этом смысле следует говорить о неполной тождественности понятий «социология выборов» и «электоральная социология», употребляющихся обычно как синонимы. В то же время в тесной связи и даже переплетении с исследованием поведения электората и избирателей развивается изучение политических установок населения, не относящееся, строго говоря, к С.в. Первым направлением, конституировавшимся в качестве научной дисциплины, было исследование географического распределения голосов избирателей, проводившееся первоначально в русле так называемой внутренней политической географии, а затем преимущественно - политической социологии. Научность исследований такого рода возрастала по мере накопления данных избирательной, демографической, экономической и др. статистики, достижения уровня, позволившего перейти к «экологическому» анализу, долгое время господствующему в С.в. Экологический анализ ориентирован на выявление «экологических единиц», в пределах которых уникальное сочетание природных, экономических, социальных, исторических факторов обеспечивает относительную устойчивость специфического распределения электоральных ориентаций или

объясняет характер их эволюции. Классическим примером экологического анализа принято считать опубликованную в 1913 г. работу французского географа, историка и социолога А. Зигфрида «Политическая картина Западной Франции в период III Республики». Сфера применения экологии, анализа в классическом виде сужалась по мере, с одной стороны, усиления социологии и географии, мобильности населения, а с другой - развития (с 20-х гг.) практики опросов общественного мнения. В 50-60-х гг. швейцарский социолог М. Доган предложил «комбинированный» метод анализа электората, в котором экологии, подход дополняется использованием данных опросов общественного мнения. Он сводится к выделению типичных – с точки зрения социально-экономического развития – «зон» (промышленных, аграрных, «смешанных»). На эту классификацию накладывается другая - по типу преобладающей для данной зоны политической и религиозной ориентации. В применении к каждой «зоне» выдвигается гипотеза о тенденции электорального поведения интересующей социальной группы (у М. Догана - промышленные рабочие), которая, в свою очередь, проверяется и уточняется данными опросов. Подход Догана представляет собой последовательную попытку использовать методы экологии, анализа в применении не к традиционному объекту исследования (сельская местность с «вкраплениями» городских центров), а к новому - индустриализированным и урбанизированным территориям - с целью выявить тенденции электорального поведения социальной группы. Совершенствование техники опросов, регулярное их проведение и снижение погрешностей приводит к разведению сложившихся подходов. Анализ электорального поведения социальных групп выделяется в самостоятельное, развитое направление, тесно связанное с социологией соц. групп (рабочих, крестьян, женщин, молодежи, католиков и др.). Активно исследуется влияние различных факторов (уровни образования, дохода, место жительства и т. д.) на электоральное поведение различных подгрупп в их составе. Усовершенствованные виды экологии, анализа используются чаще всего в качестве вспомогательного метода изучения сельского и городского электората (обычно - отдельной местности) в промышленно развитых странах, сохраняя свое значение для анализа выборов в странах «третьего мира», особенно - Востока. Традиционный же географии, анализ, с одной стороны, вытесняется в сферу социологии, публицистики (оперативный анализ динамики электората после выборов), а с другой - применяется для иллюстрации различий в поведении устойчивых субкультур общества (связанных, в частности, с разными формами организации семьи). Второе основное направление в С.в. предполагает анализ собственно избирательного поведения, а также факторов, воздействующих на него. При изучении выборов оно строится на бихевиористском методе. В данном случае этот метод позволяет ответить на вопрос, из каких элементов состоит выбор голосующего, чем он обусловлен и как мотивируется. Первый опыт применения бихевиористских положений к анализу поведения избирателей относится к 1924 г. Американские исследователи Ч.Э. Мерриам и Г.Ф. Госнелл прибегли к интервьюированию избирателей (репрезентативность выборки была подвергнута впоследствии сомнению) с целью выяснения мотивов уклонения от участия в выборах (абсентизма). В 1928 г. С.Э. Райе использовал корреляционный анализ статистических рядов для выявления воздействия факторов общественной жизни на политическую ориентацию и электоральное поведение. Им же была описана техника панельных опросов избирателей. В 40-50-х гг. развитие этого направления связано в первую очередь с именами П.Лазарсфельда, Б. Берельсона и их сотрудников, с одной стороны, и с так называемой Чикагской школой (во главе с А. Кемпбеллом) - с другой. Группа Лазарсфельда-Берельсона, используя многократные панельные опросы избирателей «типичного» (по политической ориентации) округа, стремилась выяснить причины изменения избирателями своей ориентации в ходе президентской кампании, а также соотнести эту ориентацию с рядом соц. показателей. Особое внимание уделялось воздействию на избирателя средств массовой коммуникации и межличностного общения. Объектом исследований школы чикагской служила вся совокупность избирателей-горожан; внимание уделялось, прежде всего, их мотивации, а не внешним факторам. Основной упор делался на выявление взаимосвязи между сложившейся

ориентацией и реально сделанным выбором. Авторы вводили понятие «опосредствующих переменных», к числу которых относились идентификация избирателей с определенной партией, ориентация на определенного кандидата и отношение его к ключевым вопросам политики. Комбинируя эти показатели, авторы стремились объяснить разрыв между «долгосрочной» реакцией на выборах под влиянием вмешивающихся событий. Работы группы Лазарсфельда-Берельсона и чикагской школы оказали огромное влияние на американскую и западноевропейскую С.в., определив лицо господствовавшего в 50-70-х гг. направления.

6. Домашнее задание для подготовки к коллективному обсуждению проблемы на семинарском занятии: подготовьте ряд докладов по тематике «Вклад ... в развитие электоральной социологии». Обсудите в ходе практического занятия.

7. Заполните следующую таблицу под названием «Разработка проблем электоральной социологии в трудах отечественных и зарубежных исследователей».

Проблематика	Автор теории, модели, методики исследования	Краткая характеристика

**Тест**

**1. Впервые в социологическую науку понятие «социальное действие» ввел и обосновал:**

- а) К. Маркс
- б) Ф. Энгельс
- в) М. Вебер

**2. Центр изучения общественного мнения России называется:**

- а) ЦИОМ
- б) ВЦИОМ
- в) ЦИОМР

**3. Эмпирические данные показывают, что чем выше уровень образования, тем интерес к ходу избирательной кампании:**

- а) верное утверждение
- б) неверное утверждение

**4. Большой вклад в исследования политической культуры различных стран осуществили:**

- а) К. Маркс
- б) Г. Алмонд
- в) М. Вебер
- г) С. Верба

**5. Объектом политической социологии является:**

- а) экономическая сфера жизни общества
- б) этические нормы общества
- в) гражданское общество
- г) правовое государство

**6. Предметом электоральной социологии является:**

- а) политическое сознание и поведение личности
- б) политическое сознание и поведение различных социальных групп
- в) поведение электората

**7. 2-томный труд «Демократия и политические партии» принадлежит русскому исследователю:**

- а) М.Я. Острогорскому
- б) П.Н. Миллюкову
- в) М.М. Ковалевскому



г) Г.В. Плеханову

**8. Формы непосредственной демократии:**

- а) парламент
- б) выборы
- в) референдум
- г) правительство

**9. Форма прямого волеизъявления граждан РФ по наиболее важным вопросам государственного и местного значения в целях принятия решений, осуществляемого посредством голосования граждан РФ:**

- а) референдум
- б) выборы
- в) голосование

**10. Ситуация, при которой незадолго до выборов резко меняются электоральные ориентации части избирателей:**

- а) «Сдвиг последней минуты»
- б) «Спираль молчания»
- в) «Железнодорожный тест».

## **Тема 2**

### **Выборы как объект социологического исследования**

#### **План**

1. Выборы как социально-политический институт.
2. Избирательная система: понятие, виды, российские особенности.
3. Выборы как объект социологического исследования.

#### **Тест**

**1. Выборы одного или нескольких депутатов представительного органа взамен выбывших депутатов:**

- а) досрочные
- б) альтернативные
- в) дополнительные

**2. Деятельность по подготовке и проведению выборов:**

- а) агитационная кампания
- б) избирательный процесс
- в) регистрационный процесс

**3. Избирательный округ, включающий в себя всю территорию, на которой проходят выборы:**

- а) единый
- б) одномандатный
- в) многомандатный

**4. Коллегиальный орган, формируемый в порядке и сроки, которые установлены законом, организующий и обеспечивающий подготовку и проведение выборов:**

- а) Центральная избирательная комиссия
- б) региональное отделение политической партии
- в) избирательная комиссия

**5. Форма прямого волеизъявления граждан РФ по досрочному прекращению полномочий депутата, выборного должностного лица, осуществляемого на основе специально назначенного голосования:**

- а) досрочные выборы
- б) дополнительные выборы
- в) отзыв.

**6. Территория, образованная в соответствии с законом, от которой непосредственно гражданами избираются депутат (депутаты) или выборное должностное лицо:**

- а) избирательный участок
- б) муниципальный округ
- в) избирательный округ

**7. Общественное объединение, имеющее право принимать участие в выборах в органы государственной власти или органы местного самоуправления, выдвигать кандидатов (списки кандидатов):**

- а) политическая партия
- б) избирательное объединение
- в) партийная коалиция

**8. Ряд последовательных количественных голосований по каждому из вариантов для определения их предпочтительности с объявлением результатов голосования по каждому голосованию только по окончании голосования по всем вопросам:**

- а) альтернативное голосование
- б) дополнительные выборы
- в) рейтинговое голосование

**9. Избирательная система, при которой выборы проводятся по одномандатным и (или) многомандатным округам, а результаты выборов определяются по большинству голосов, поданных за кандидата (кандидатов):**

- а) система абсолютного большинства
- б) мажоритарная система
- в) кумулятивный вотум.

**10. Форма правления, когда решения принимаются от имени народа избранными им представителями органов власти Государственная Дума, Парламент т.д., - это:**

- а) демократия представительная
- б) демократия прямая
- в) демократия смешанная.

### **Тема 3**

#### **Электорат и электоральное поведение**

##### **План**

1. Электорат как социально-политическое явление.
2. Электоральное поведение как объект социологических исследований.
3. Направления и методы исследований электорального поведения.

##### **Контрольные вопросы и проблемные занятия**

1. Сделайте обзор литературы по теме обсуждения.
2. Сделайте обзор основных Интернет-ресурсов по тематике курса.
3. Составьте словарик основных понятий терминов по данной теме курса.
4. Составьте структурно-логическую схему данного занятия. Обсудите на семинарском занятии.

5. В одном из диссертационных исследований выделяются следующие особенности электорального поведения российских граждан в современный период: политическая фрустрация и абсентеизм; перспективное голосование; отсутствие или нестабильность политических предпочтений; негативная партийная идентификация; возрастание роли краткосрочных факторов (особенности избирательной кампании, имидж кандидата, каналов и содержания политической коммуникации); повышенный уровень электорального конформизма; персонификация власти (ориентация на поддержку лидера, а не партии и идеологии); бинарные политические

установки; радикализация политических предпочтений. Дайте комментарий, сформулируйте замечания и развернутые предложения.

6. Дайте свою интерпретацию приведенным ниже данным.



7. С опорой на следующую схему ответа охарактеризуйте выборы как форму политического участия. К действиям, составляющим участие, эти авторы относят: голосование, участие в демонстрациях, митингах, пикетах и т.п., внесение денежных взносов, написание писем, петиций, вступление в личные контакты с политиками и должностными лицами, членство в различных организациях, выдвижение гражданских инициатив на местном уровне и др. Политическое участие рассматривается как влияние на процесс принятия политических решений, с одной стороны, а с другой – как воздействие на характер и ход реализации тех практических программ, которые принимаются органами государственного управления (по предотвращению распространения преступности, по соблюдению стандартов экологической безопасности и др.).

8. С опорой на следующий алгоритм представьте этапы исследования «Электоральное поведение населения г. Твери (Кувшиново, Осташкова и др.)».



Рис. 1.6. Этапы социологического исследования

1. Подготовьте доклад на семинарское занятие, используя следующий план.

Наследие западной социологической и политической мысли в изучении электорального поведения. Основные теоретические подходы к изучению электорального поведения: «Социологический подход» (П. Лазерсфельд, Липсет, Роккан), «Социально-психологический подход» (Э. Кэмпбелл и др.), «Рационально-инструментальный подход» (Э. Даунс, М. Фиорина и др.), «Коммуникационный подход». Ограничения возможностей применения каждого из подходов. Возможности методологического синтеза. Возможности

применения западной методологии электорального поведения в российских условиях. Попытки применения западной методологии электорального поведения в России в период 1991-2001 гг. Возможности и ограничения западной методологии электорального поведения в России. Разработки специфических подходов. Возможности методологического синтеза. Специфика российских теоретических исследований в области изучения электорального поведения.

10. Дайте свой комментарий следующей типологизации электорального поведения российских граждан.

**ТИПЫ И ДЕТЕРМИНАЦИЯ ЭЛЕКТОРАЛЬНОГО ПОВЕДЕНИЯ**

ТИПЫ ЭЛЕКТОРАЛЬНОГО ПОВЕДЕНИЯ	ОТНОШЕНИЕ К ВЫБОРАМ	ЦЕЛЬ ЭЛЕКТОРАЛЬНОГО ПОВЕДЕНИЯ	ФАКТОРЫ, «ВКЛЮЧАЮЩИЕ» ЭЛЕКТОРАЛЬНОЕ ПОВЕДЕНИЕ	МЕХАНИЗМЫ, РЕАЛИЗУЮЩИЕ ЭЛЕКТОРАЛЬНОЕ ПОВЕДЕНИЕ	ВОСПРИНИМАЕМЫЕ СТИМУЛЫ
Нормативное	Пассивное	1. соблюсти нормы поведения 2. избежать дискомфорта	1. конформизм 2. давление норм и «отца», «доминанта» 3. страх	1. рефлекс субдоминирования 2. рефлекс следования	1. уговоры, увещевания 2. призывы 3. приказы, повеления 4. устрашения
Рациональное	Активное	Повлиять на социальную ситуацию	Структура ценностей, идеология, убеждения	1. информация о ситуации 2. оценка ситуации, вывод о необходимости её изменения 3. убеждения в возможности повлиять на ситуацию 4. убеждения в необходимости повлиять на неё	1. информация о ситуации 2. экспертные оценки, выводы о необходимости изменения ситуации 3. внушения: а) «на ситуацию можно влиять» б) «на ситуацию нужно влиять» 4. призывы повлиять на ситуацию

11. Дайте свой комментарий следующему материалу.

*Как Вам кажется, в какой мере можно доверять результатам парламентских выборов?*

Вариант ответа	Декабрь, 2007 г.	Декабрь, 2011 г.
Думаю, что результаты выборов достоверны, соответствуют волеизъявлению избирателей	45	24
Какие-то подтасовки на местах, возможно, были, но они не повлияли на результаты голосования в целом по стране	29	35
Думаю, что результатам выборов доверять не следует	12	29
Затрудняюсь ответить	13	13

Представленные данные свидетельствуют о практически двукратном сокращении группы респондентов, уверенных в честности прошедших госдумовских выборов: с 45% в декабре 2007 г. до 24% декабре 2011 г. Одновременно почти в 2,5 раза увеличилась группа россиян, заявивших о недоверии выборам. В результате предпринятых усилий по изменению отношения населения к выборам президента группа признающих честность

выборов увеличилась до 44%, не достигнув, однако, уровня марта 2008 г. (53%).

*Как Вам кажется, в какой мере можно доверять результатам выборам Президента РФ?*

	Март, 2008	Февраль, 2012	Март, 2012
Думаю, что результаты выборов достоверны, соответствуют волеизъявлению избирателей	53	31	44
Какие-то подтасовки на местах, возможно, были, но они не повлияли на результаты голосования в целом по стране	28	44	34
Думаю, что результатам выборов доверять не следует	10	18	14
Затрудняюсь ответить	9	7	8

12. Используя следующий материал, подготовьте доклад на семинарское занятие. Значимость *бихевиористского подхода* заключается в том, что он дает возможность в качестве базовых детерминант электорального поведения позиционировать систему поведенческих стимулов, связанных с особенностями самоидентификации политических акторов. *Деятельностный подход* позволяет рассмотреть в качестве определяющих мотивов политического выбора социально-политические связи и внешние условия, в которых реализуются политическая активность и электоральные стратегии избирателей. Применение *психоаналитического подхода* является действенным инструментарием для выявления неосознанных мотивов электорального поведения, связанных с содержанием подсознания и индивидуального и коллективного бессознательного. Интегративный подход к исследованию мотивации электорального поведения в различных социополитических системах позволяет сделать следующие выводы. Среди преобладающих мотивов политического выбора в закрытых политических системах можно выделить: возрастание роли традиций в политическом самоопределении; персонификация власти и эмоционально окрашенный электоральный выбор; ретроспективные оценки деятельности партий; «привычное голосование»; солидарность с референтной группой; повышенный уровень электорального конформизма; политическая фрустрация, отчуждение от политики и абсентеизм. К доминирующим мотивам электорального поведения в открытых политических системах можно отнести: преобладание рационального выбора; перспективное и эгоцентрическое голосование; «диффузная поддержка» политического режима; относительная стабильность политических предпочтений; устойчивая идеологическая и партийная идентификация.

### Тест

1. Правильно ли сформулирован предмет исследования: «Жители города Твери электорального возраста».

- а) да
- б) нет

2. Абсентеизм – это:

- а) отказ от политического участия
- б) отказ от голосования

3. Больше всего интересуются политикой россияне с ... образованием:

- а) высшим
  - б) средним
  - в) начальным
- 4. Большинство россиян участвуют в выборах:**
- а) чтобы исполнить гражданский долг
  - б) чтобы изменить действительность
  - в) чтобы не попасть в тюрьму за абсентеизм
- 5. В 1993 г. сторонники ЛДПР в 2-4 раза чаще других отвечали при опросе, что изменили их первоначальные намерения относительно голосования:**
- а) да
  - б) нет
- 6. Утверждение, что голосование является инструментом демонстрации избирателями своей политической идентификации, длительного чувства преданности, которые избиратели испытывают к отдельным политическим партиям, принадлежит представителям модели:**
- а) социально-психологическая модель электорального поведения
  - б) социологическая модель электорального поведения
  - в) модель рационального выбора
- 7. Монография «Американский избиратель», в которой дается анализ президентских выборов в США 1952 и 1956 гг., принадлежит представителям модели:**
- а) социально-психологическая модель электорального поведения
  - б) социологическая модель электорального поведения
  - в) модель рационального выбора
- 8. Модель, в которой основополагающей детерминантой электорального поведения выступает поток политической информации, это:**
- а) социально-психологическая модель электорального поведения
  - б) коммуникативно-эмоциональная модель электорального поведения
  - в) модель рационального выбора
- 9. Изменение в численности и удельном весе голосов, отданных партиям и кандидатам на выборах, по сравнению с предшествующими выборами, а также изменение в численности и удельном весе (по отношению к зарегистрированным избирателям) абсентеистов (избирателей, не принявших участие в голосовании) и опустивших незаполненные или неправильно заполненные бюллетени:**
- а) электоральное поведение
  - б) политическое поведение
  - в) политический процесс
- 10. Совокупность внутренних установок, ценностных ориентаций, знаний, умений и навыков электорального поведения граждан, выражающих их отношение к избирательному процессу, а также деятельность по их реализации:**
- а) электоральная культура
  - б) избирательная культура
  - в) политическая культура.

## **Тема 4**

### **Субъекты электорального процесса**

#### **План**

1. Участники избирательного процесса. Факторы поведения избирателей.
2. Политические партии и выборы.
3. Госаппарат и выборы. Избиркомы и выборы. СМИ и выборы.

## Контрольные вопросы и проблемные занятия

1. Сделайте обзор литературы по теме обсуждения.
2. Сделайте обзор основных Интернет-ресурсов по тематике курса.
3. Составьте словарик основных понятий терминов по данной теме курса.
4. Составьте структурно-логическую схему данного занятия. Обсудите на семинарском занятии.
5. Изучите следующий материал для выявления места и роли электоральных процессов в жизнедеятельности той или иной партии.

### Тест

#### 1. К функциям политических партий в демократическом обществе относится:

- а) разработка и принятие законов
- б) предложение программ развития общества
- в) управление предприятиями
- г) осуществление судопроизводства.

#### 2. Государственные меры для обеспечения равных возможностей для всех участвующих:

- а) финансирование предвыборной кампании
- б) организация предвыборных дискуссий
- в) невмешательство госаппарата в ход выборов

#### 3. Избирательный процесс включает в себя:

- а) мероприятия по подготовке выборов
- б) проведение предвыборной кампании, процедуру голосования
- в) подсчет голосов
- г) подведение итогов выборов и объявление результатов.

#### 4. Предвыборной агитацией признаются: 1) призывы голосовать за федеральный список кандидатов или против него, за кандидата (кандидатов) или против него (них); 2) выражение предпочтения какому-либо кандидату, избирательному объединению, в частности указание на то, за какого кандидата, за какой список кандидатов, за какое избирательное объединение будет голосовать избиратель (за исключением случая опубликования (обнародования) результатов опроса общественного мнения); 3) описание возможных последствий допуска того или иного федерального списка кандидатов к распределению депутатских мандатов; 4) распространение информации, в которой явно преобладают сведения о каком-либо кандидате (каких-либо кандидатах), избирательном объединении в сочетании с позитивными либо негативными комментариями; 5) распространение информации о деятельности кандидатов, не связанной с их профессиональной деятельностью или исполнением ими своих служебных (должностных) обязанностей; 6) деятельность, способствующая созданию положительного или отрицательного отношения избирателей к политической партии, кандидату, избирательному объединению, выдвинутому кандидату, федеральный список кандидатов.

- а) верно 1-3
- б) верно 3-6
- в) верно все.

#### 5. Единственным видом общественного объединения, которое обладает правом самостоятельно выдвигать кандидатов (списки кандидатов) в депутаты и на иные выборные должности в органах государственной власти, является:

- а) политическая партия
- б) блок партий
- в) НКО

#### 6. ... вправе участвовать в выборах и референдумах самостоятельно, а также вступать в избирательные блоки с другими политическими партиями, иными общероссийскими общественными организациями и общероссийскими общественными движениями в порядке, установленном избирательным законодательством:

- а) политическая партия

- б) блок партий
- в) НКО

7. Книгу «Влияние избирательных систем на политическую жизнь» написал:

- а) М. Дюверже
- б) М. Вебер
- в) Т. Парсонс

8. Добровольное объединение граждан Российской Федерации, созданное с целью участия в политической жизни общества посредством формирования и выражения политической воли граждан, участия в общественных и политических акциях, в выборах и референдумах, а также в целях представления интересов граждан в органах государственной власти и органах местного самоуправления:

- а) политическая партия
- б) блок партий
- в) НКО

9. Организация и проведение праймериз является обязательной процедурой избирательного процесса в России:

- а) да
- б) нет

10. Три главных принципа республика (Res Publica - общее дело), народ, свобода признает партия:

- а) РПР – ПАРНАС
- б) Единая Россия
- в) Правое дело.

## **Тема 5**

### **Социологическое обеспечение избирательной кампании:**

#### **основные этапы и их особенности**

##### **План**

1. Социологическое обеспечение избирательной кампании: функции, этапы, способы.
2. Теоретико-методологические и методические основы социологического обеспечения избирательных кампаний.
3. Опыт социологического обеспечения избирательных кампаний.

##### **Тест**

1. Подразделение методов социологических исследований на качественные и количественные базируется на разнице:

- а) стратегий исследования;
- б) предмета исследования;
- в) методов исследования.

2. Количественные методы направлены на:

- а) измерение социального явления;
- б) понимание смысла происходящего;
- в) измерение и понимание.

3. Качественные методы направлены на:

- а) на понимание смысла происходящего;
- б) измерение социального явления;
- в) измерение и понимание.

4. Кратковременное испытание, с помощью которого измеряется уровень развития или степень выраженности некоторых характеристик исследуемого объекта (человека, группы людей) – это:

- а) тест;
- б) эксперимент;



- в) опрос.
- 5. В качественных исследованиях анализ производится путем выделения тем или обобщения идей из собранных свидетельств: организация данных нацелена на получение целостной картины:**
- а) да;
  - б) нет.
- 6. Избирательная система, при которой голосование осуществляется по партийным спискам и распределение депутатских мест между партиями строго пропорционально числу голосов, называется:**
- а) мажоритарная
  - б) пропорциональная
  - в) смешанная
  - г) партийная
- 7. Изучение представлений избирателей о качествах идеального кандидата и выбор наиболее восприимчивой к базовым имиджевым характеристикам кандидата электоральной группы:**
- а) исследование имиджа
  - б) исследование бренда
  - в) исследование торговой марки
- 8. Можно выделить два типа электоральной культуры:**
- а) традиционно-нормативный
  - б) рационально-нормативный
  - в) рациональный
  - г) традиционный
  - д) нормативный
- 9. Совокупность основных приемов и способов сбора, обработки и анализа эмпирических данных – это:**
- а) процедура прикладного соц. исследования
  - б) техника прикладного соц. исследования
  - в) методика прикладного соц. исследования
  - г) метод прикладного соц. исследования
- 10. Дана гипотеза: «Избиратель, испытывающий экономические трудности, с большей вероятностью будет голосовать против кандидата, состоящего в той же партии, что и находящийся у власти президент». Что в этой гипотезе выступает в качестве зависимой переменной?**
- а) уровень экономических затруднений
  - б) правящая партия
  - в) характер голосования
  - г) явка на выборы.

## **. Тема 6**

### **Качественные и количественные методы электоральной социологии**

#### **План**

1. Место и роль качественных исследований в электоральной социологии.
2. Виды качественных исследований электоральной социологии.
3. Опыт проведения качественных исследований в электоральной социологии.

#### **Контрольные вопросы и проблемные занятия**

1. Сделайте обзор литературы по теме обсуждения.
- 2.2. Сделайте обзор основных Интернет-ресурсов по тематике курса.
3. Составьте словарь основных понятий терминов по данной теме курса.

4. Составьте структурно-логическую схему данного занятия. Обсудите на семинарском занятии.

5.5. Изучите опыт применения различных качественных электоральных исследований. Сделайте соответствующий обзор на семинарском занятии их применения по следующим направлениям электоральных исследований.

6. Изучение профиля и предпочтения избирателей: выявление ценностей, убеждений, потребностей избирателей, актуальных для них социально-экономических и политических проблем. Сегментирование электората. Выявление индивидуальных рычагов воздействия на конкретные сегменты. Выявление лидеров мнений. Определение приверженных и не приверженных избирателей кандидата/политической партии, электорального потенциала кандидата/партии, рисков потери электората. Анализ текущего и ожидаемого поведения избирателей. Изучение имиджевых образов кандидатов/партий и наиболее важных имиджевых характеристик. Изучение образа кандидата/партии, сложившегося у избирателей с целью его совершенствования или коррекции. Выявление путей наращивания электорального потенциала кандидата/партии.

6. Подготовьте ряд докладов к семинарскому занятию на общую тему «Особенности различных качественных исследований в электоральной социологии». Используйте следующий план.

Особенности качественного исследования: личностная обоснованность, процессуальность, отказ от поиска объективной истины. «Обоснованная теория» как стратегия создания, «выращивания» теории (Глоссер, Страусс). С. Райс «Количественные методы в социальных науках», Л. Ричардсон «Математическая психология войны». Особенности применения статистических методов политологии.

Глубинные интервью и фокус-группы: цели, особенности, методики проведения. Использование психологических тестов (проективных, ассоциативных) в рамках фокусированных интервью. Техника тестирования: аналитические индексы, психогеометрическое, анаграммное, лингвистическое, ассоциативное тестирование. Работа Т. Адорно «Исследование авторитарной личности». Измерение антидемократических черт в структуре характера. Фокус-группы как метод качественного исследования.

Традиционный (содержательный) метод анализа документов: понятие, процедура, возможности и ограничения.

Методы исследования субъективных механизмов политического поведения.

Когнитивное картирование в политических исследованиях: основные понятия и процедура применения. Особенности создания информационной базы. Выделение ключевых точек содержания выступлений политических деятелей. Установление причинно-следственных связей между ключевыми точками (понятиями) содержания этих выступлений. Составление и анализ когнитивных карт.

Понятие экспертной оценки. Ситуационный анализ. Ивент-анализ как методика прикладного анализа политических событий. Case study. Методы

исследования субъективных механизмов политического поведения. Когнитивное картирование в политических исследованиях: основные понятия и процедура применения. Особенности создания информационной базы. Выделение ключевых точек содержания выступлений политических деятелей. Установление причинно-следственных связей между ключевыми точками (понятиями) содержания этих выступлений. Составление и анализ когнитивных карт. Биографические методы. Нарративное интервью: стратегия проведения. Проблема истины в нарративном интервью.

7. Раскройте содержание пяти периодов развития качественного направления в социологии в интерпретации Дензина и Линкольна: «традиционный» период (1900-1950гг.); период «модерна» (1946-1969гг.); этап размывания дисциплинарных границ между социальными и гуманитарными науками (1970-1986гг.); период «кризиса репрезентации и легитимации» (1986-1990гг.); период постмодерна (настоящий период, начиная примерно с 1990гг.). Обратите внимание на центральные идеи, характерные для каждого периода: акцент на изучении взаимодействующего, а не статичного субъекта; попытка формализовать качественные методы в соответствии с канонами «хорошей» (позитивистской) науки; применение разнообразных методов, техник и инструментов, позаимствованных из гуманитарных наук; переосмысление таких терминов, как валидность, надежность и генерализуемость данных и разработка оценочных критериев для качественного исследования; проблема влияния автора на объект наблюдения. Далее - рассмотрение концепции понимания В. Дильтея – модели, от которой отталкивается большинство существующих концепций понимания. Предистория идей понимания в социологии. Идеи Д.Вико о разделении методов исторической науки и естественнонаучного познания. В. Дильтей о разделении наук о духе и естественных наук по их предмету. Разграничение двух типов наук Виндельбандом и Риккертом «по методу». Разработка В. Дильтеем методологии понимания. При рассмотрении вопроса о развитии качественного подхода в американской социологии обратитесь к персоналиям и их основным идеям. Субъективистская концепция социальной реальности Ч. Кули, ставшая предтечей символического интеракционизма в американской социологии. Методологические идеи У. Томаса для анализа субъективных аспектов социального поведения – понятия установки и определение ситуации. Применение новых методов и аспектов анализа исследователями Чикагской школы. Новый тип исследования. Использование в качестве эмпирического материала дневников, писем, устных историй. Применение биографического метода.

#### Тест

**1. В каком разделе программы исследования разрабатывается концептуальная модель исследования?**

- а) в методическом разделе программа
- б) в методологическом
- в) в процедурном

**2. Мозговая атака проводится в следующем порядке (расставьте по порядку следования):**

- а) фиксируются все высказывания;
- б) участники излагают свои идеи, придерживаясь регламента;
- в) группа анализа оценивает реалистичность идей;
- г) составляется документ с предложениями для принятия решений;
- д) модератор излагает суть творческой задачи.

**3. Проективные тестовые методики - это такие, в которых:**

- д) испытуемые составляют проекты своей будущей жизни, деятельности по условиям, заданным социологом
- е) субъективные характеристики испытуемых неосознанно переносятся ими на ситуацию, которая в тесте предлагается для анализа
- ж) индивидуальные особенности испытуемых изучаются с помощью заданий, самостоятельно спроектированных социологом для решения конкретных задач исследования
- з) задания содержат только закрытые вопросы, чтобы ответы испытуемых находились в строгих рамках, запроктированных социологом.

**4. Глубинное, детальное исследование одного объекта в совокупности его взаимосвязей:**

- а) кейс-стади
- б) опрос
- в) контент-анализ

**5. Качественные методы направлены на:**

- а) на понимание смысла происходящего
- б) измерение социального явления
- в) измерение и понимание

**6. Следующие методы социологического исследования позволяют быстро собирать данные и гораздо меньше затрачивать различных ресурсов (финансовых, временных, людских и проч.), чем проведение других исследований:**

- а) фокус-группы
- б) массовые опросы
- в) включенное наблюдение

**7. Полученные в ходе ... исследования данные часто не вполне репрезентативны и нуждаются в корректировке:**

- а) качественного
- б) количественного
- в) качественно-количественного

**8. ... методы базируются на теоретических ресурсах социологического знания и на индивидуальном опыте исследователя:**

- а) качественные
- б) количественные
- в) качественно-количественные

**9. ... методы – это способы исследования, в которых конечные данные выражаются в цифровой форме:**

- а) качественные
- б) количественные
- в) качественно-количественные

**10. В качественных исследованиях анализ производится путем выделения тем или обобщения идей из собранных свидетельств: организация данных нацелена на получение целостной картины:**

- а) да
- б) нет.

**Количественные методы электоральной социологии**

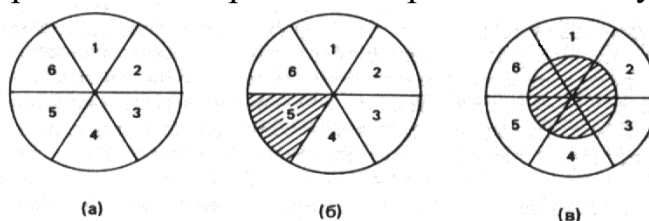
1. Количественные исследования в электоральной социологии.
2. Виды количественных исследований в электоральной социологии.
3. Опыт проведения количественных исследований в электоральной социологии.

### **Контрольные вопросы и проблемные занятия**

1. Сделайте обзор литературы по теме обсуждения.
2. Сделайте обзор основных Интернет-ресурсов по тематике курса.
3. Составьте словарь основных понятий терминов по данной теме курса.
4. Составьте структурно-логическую схему данного занятия. Обсудите на семинарском занятии.
5. Изучите опыт применения различных количественных электоральных исследований. Сделайте соответствующий обзор на семинарском занятии.
6. Подготовьте ряд докладов к семинарскому занятию на общую тему «Особенности *количественных* исследований в электоральной социологии».
7. Изучите следующий фрагмент текста, при необходимости обратитесь ко всему тексту, попытайтесь ответить на поставленный авторами вопрос:

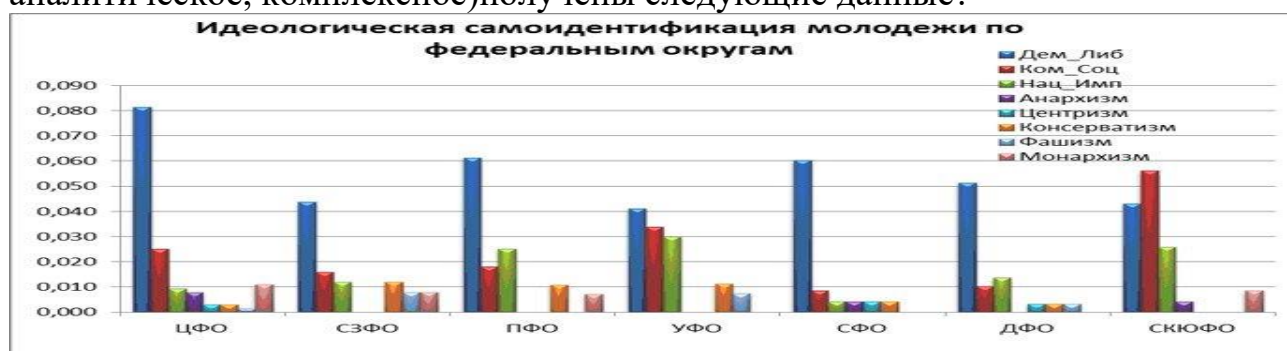
**Репрезентативная выборка** – это такая выборка, в которой все основные признаки генеральной совокупности, из которой извлечена данная выборка, представлены приблизительно в той же пропорции или с той же частотой, с которой данный признак выступает в этой генеральной совокупности. Таким образом, если 50% всех законодательных органов штатов собираются лишь раз в два года, приблизительно половина состава репрезентативной выборки законодательных органов штатов должна быть такого типа. Если 30% избирателей Пенсильвании принадлежат к «синим воротничкам», около 30% репрезентативной выборки для этих избирателей (а не 100%, как в приведенном выше примере) должны быть из числа «синих воротничков». И если 2% всех студентов колледжей являются спортсменами, приблизительно та же самая часть репрезентативной выборки студентов колледжей должна приходиться на спортсменов. Иными словами, репрезентативная выборка представляет собой микрокосм, меньшую по размеру, но точную модель генеральной совокупности, которую она должна отражать. В той степени, в какой выборка является репрезентативной, выводы, основанные на изучении этой выборки, можно без всяких опасений считать применимыми к исходной совокупности. Это распространение результатов и есть то, что мы называем генерализуемостью. Возможно, пояснить это поможет графическая иллюстрация. Предположим, мы хотим изучать модели членства в политических группах среди взрослого населения США.

## Формирование выборки из генеральной совокупности



На рис. изображено три круга, разделенных на шесть равных секторов. Рис.а представляет всю совокупность. Члены совокупности расклассифицированы в соответствии с политическими группами, к которым они относятся. В этом примере каждый взрослый принадлежит по меньшей мере к одной и не более чем к шести политическим группам; и эти шесть уровней членства в одинаковой степени распространены в совокупности (отсюда равные сектора). Предположим, мы хотим исследовать мотивы вступления людей в группу, выбор группы и модели участия, однако из-за ограниченности ресурсов мы в состоянии обследовать только одного из каждых шести членов совокупности. Кого же отобрать для анализа?

8. В рамках какого типа исследования (разведывательное, описательное, аналитическое, комплексное) получены следующие данные?



9. С опорой на следующую публикацию (Профатилова Л.Г. Методическое пособие по курсу «Качественные методы в социологических исследованиях» для студентов III курса социологического факультета стационарного обучения. Харьков, 2004), разберите особенности методологии качественных и количественных исследований.

Качественный метод	Количественный метод
Теоретико-методологическая база	
<ul style="list-style-type: none"> <li>o Феноменологизм, т.е. понимание человеческого поведения, исходя из интерпретации субъекта</li> <li>o Релятивизм</li> <li>o Описание общей картины события или явления</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>o Логический позитивизм, т.е. поиск фактов и причин социальных феноменов без особого внимания к субъективным состояниям индивидов</li> <li>o Реализм</li> <li>o Достоверное, объективное знание</li> <li>o Описание логических связей между отдельными параметрами</li> </ul>
Образ социальной реальности	
Предполагает динамическую реальность	Предполагает стабильную реальность
Фокус анализа	
o Особенное, частное, микроанализ	o Общее, генеральное, макроанализ

конкретных ситуаций о Описание событий, случаев о В центре внимания - человек о Субъективность	о Классификация путем отождествления событий, случаев о В центре внимания - структуры о Объективность
Единицы анализа	
Субъективные значения, чувства	Факты, события
Исследовательские цели и задачи	
о Интерпретировать, понять наблюдаемое о Концептуализировать о Необобщающее исследование случая	о Дать причинное объяснение о Измерить взаимосвязи о Обобщающее исследование множества случаев
Стиль	
о Мягкий, теплый о Воображение, представление о... о Естественное и неконтролируемое наблюдение	о Жесткий, холодный о Систематизация о Навязанное и контролируемое наблюдение
Валидность (надежность)	
о Реальное насыщение информации о «Богатые» и «глубокие» данные	о Достоверное повторение установленных связей о Надежные, «жесткие» и повторяемые данные
Логика анализа	
Индуктивная: от фактов из рассказов о жизни и т.д. – к концепциям	Дедуктивная: от абстракций – к фактам путем операционализации понятий

10. Используя следующий материал (См.: Фоменков А.И. Методология и методика социологического исследования: практикум для студентов, обучающихся по специальности 040201 «Социология». Смоленск, 2008), составьте программу исследования «Социально-политическая обстановка в Тверской области накануне выборов в ....».

#### Операции в реализации социологического исследовательского проекта (СИП)

##### *I. Формирование исследовательской проблемы*

1. Предварительный анализ проблемной ситуации: а) внешние наблюдения; б) свободные интервью с участниками проблемной ситуации; в) анализ документов (традиционный), в том числе ведомственной документации, результатов предшествующих социологических исследований; г) свободные интервью с экспертами; д) анализ имеющейся научной литературы и типовых методик по аналогичным и смежным проблемам.

2. Предварительное согласование с заказчиком целей, необходимых результатов и возможных сроков исследования.

##### *II. Теоретическая подготовка исследовательской программы*

1. Определение целей исследования, выбор общей стратегии.
2. Определение исходных теоретических понятий и связей между ними.
3. Система рабочих гипотез.
4. Операционализация понятий и определение единиц искомой информации (индикаторов).
5. Определение потенциальных источников искомой информации (статистика, документы, отдельные группы респондентов, наблюдаемые ситуации и др.).

6. Выбор методов получения искомой информации из отобранного круга источников: традиционный или формализованный анализ статистики, документов, опрос в конкретных методических и организационных разновидностях и т.д.

### *III. Подготовка методического инструментария исследования*

1. Определение эмпирического объекта исследования и разработка выборки для каждого из методов сбора данных.

2. Разработка методик сбора данных: а) методика опроса (вопросник, инструкции для интервьюеров, анкетеров, процедуры контроля качества их работы); б) методика анализа документов (программа формализованного анализа документов – контент-анализ, инструкция кодировщику, бланк контент-анализа или кодировочная карточка); в) методика наблюдения (карточка наблюдателя или план наблюдения, инструкции наблюдателю);

г) методика эксперимента (программа эксперимента, выделение экспериментальных групп, контролируемых и неконтролируемых переменных, метода сбора данных в эксперименте).

3. Подготовка разработанных методик сбора данных для машинной обработки и анализа: а) определение методов обработки и анализа данных; б) доработка и кодировка методического инструментария в соответствии с требованиями обработки и анализа.

4. Подготовка программы пилотажного (пробного) исследования для проверки качества разработанных методик сбора данных.

5. Доработка методик сбора данных по результатам пилотажного (пробного) исследования.

### *IV. Организационная работа по проведению исследования*

1. Организация отношений с заказчиками и соисполнителями исследования: а) оформление договоров и соглашения; б) обеспечение доступности источников информации (документов, наблюдаемых ситуаций, респондентов); в) обеспечение организационных условий для проведения полевого исследования (время, помещение, условия, оргтехника).

2. Финансовое и кадровое обеспечение исследования.

3. Тиражирование методического инструментария.

4. Проведение пробного исследования.

5. Проведение основного исследования.

6. Обработка результатов исследования.

7. Обсуждение с заказчиками результатов и практических рекомендаций.

8. Внедрение практических рекомендаций, социологических технологий и (или) контроль за их внедрением.

### *V. Теоретическая работа по результатам исследования*

1. Интерпретация эмпирических данных и проверка рабочих гипотез исследования.

2. Обоснование теоретических выводов исследования.

3. Разработка практических рекомендаций социологических технологий.

4. Оценка эффективности внедрения практических рекомендаций.



Наряду с СИП на практике для более четкого выделения отдельных процедур исследования социолог обязан составить рабочий план. *Рабочий план* позволяет правильно и четко организовать и спланировать работу исследователя или исследовательского коллектива в соответствии с его СИП, календарными сроками, ресурсным обеспечением. Рабочий план – это перечень, схема действий социолога или группы исполнителей (до 10 человек основного состава) в данном исследовании с распределением времени, материально-технических затрат и сетевым графиком. Рабочий план шире программы исследования. Основными задачами при его разработке являются: определение этапов исследования; расчет финансовых средств и сил специалистов, необходимых для успешного проведения исследования; расчет временных интервалов для проведения каждого этапа и всего исследования в целом; организация координации взаимодействия различных частей исследования; организация эмпирического исследования. Основные части рабочего плана – это пилотажное исследование, полевое обследование, подготовка данных для обработки, обработка данных, их анализ и интерпретация, составление отчета.

*Пилотажное исследование* предназначено для проверки качеств методик и процедур основного исследования и предшествует ему. Пилотажное исследование подвергает проверке все основные элементы программы социологического исследования. Чаще всего оно проводится с целью проверки инструментария – анкет, опросных листов, бланков интервьюеров и т.д. Для осуществления пилотажного учебного исследования достаточно провести опрос 40-50 респондентов. Пилотажное исследование проводится при использовании разработанного инструментария с его последующей коррекцией.

*Полевое исследование* или обследование – это изучение объекта в естественных, «полевых» условиях. Полевое исследование является основным источником сбора первичной социальной информации.

*Подготовка данных для обработки и обработка данных* включают в себя все процедуры, необходимые для обработки данных с использованием специальных компьютерных программ (SPSS, Статистика и др.). При малом массиве анкет они могут обрабатываться вручную.

Итоги социологического исследования отражаются в отчете. Отчет представляет собой письменный документ, в котором в систематизированной и наглядной форме излагаются результаты проведенного исследования. По своей структуре отчет состоит из трех частей: результаты исследования, выводы и рекомендации. В структуре СИП отчет является необходимой и обязательной частью (третий и четвертый разделы).

### ***Развертка блоков программы социологического исследования***

#### **I БЛОК ПРОГРАММЫ: ПРОБЛЕМНАЯ СИТУАЦИЯ**

Проблема: а) предметный аспект: некоторые социальные противоречия, требующие решения; б) гносеологический аспект: осознание потребности при незнании способов ее удовлетворения.

Предметная область: те свойства, явления, процессы, взаимосвязи, уяснение которых позволяет ответить на центральный вопрос проблемы.

Объект исследования: социальная реальность как социальный процесс, институт и т.д.

## **II БЛОК ПРОГРАММЫ: ОБЛАСТЬ ЦЕЛЕПОЛАГАНИЯ**

Цели исследования, определяющие вид социологического исследования.

Задачи исследования: а) программные (основные/неосновные); б) дополнительные (не основные).

## **III БЛОК ПРОГРАММЫ: ОБЛАСТЬ РАЗРАБОТКИ ОБЩЕЙ КОНЦЕПЦИИ**

Уточнение и эмпирическая интерпретация основных понятий.

Последовательный системный анализ объекта: формулировка общей гипотезы.

Разработка рабочих гипотез: описательных и объяснительных.

## **IV БЛОК ПРОГРАММЫ: ПЕРЕХОД К РАЗРАБОТКЕ ПРОЦЕДУРНО–МЕТОДИЧЕСКОГО РАЗДЕЛА ПРОГРАММЫ**

Принципиальный (стратегический) план исследования: формулятивный, описательный, аналитико-экспериментальный, план повторно-сравнительного исследования.

Определение типа выборки: целевой, репрезентативной.

Переход к определению методов сбора и анализа исходных данных.

## **V БЛОК: ОРГАНИЗАЦИОННАЯ ЧАСТЬ ПРОГРАММЫ**

Принципиальный (стратегический) план исследования.

Рабочий план исследования:

а) организация договорных отношений с заказчиками и соисполнителями исследования:

- оформление договоров и соглашения;
- обеспечение доступности источников информации (документов, наблюдаемых ситуаций, респондентов);
- обеспечение организационных условий для проведения полевого исследования (время, помещение, условия оргтехника);

б) финансовое и кадровое обеспечение исследования;

в) тиражирование методического инструментария;

г) проведение пилотажного исследования;

д) проведение основного исследования;

е) обработка результатов исследования.

Составной частью рабочего плана может быть сетевой график исследования. Он способствует более четкому и организованному проведению всех видов работ исследования (схема: работа – исполнитель – время).

### **Тест**

1. Точность при измерении именно того, что предназначено для измерения, – это:

- а) валидность                      б) надежность                      в) истинность.

2. Метод классификации объектов (признаков, ячеек таблицы сопряженности и проч.), объединяющий способы классификации при отсутствии предварительных или экспертных данных о группировании данных:

а) кластерный анализ

б) многомерный анализ взаимосвязей

в) множественный корреляционно-регрессивный анализ.

- 3. Отчет о социологическом исследовании – это:**
- а) форма подведения итогов социологического исследования
  - б) форма визуализации данных социологического исследования
  - в) форма анализа данных в социологическом исследовании.
- 4. Гипотеза основания выстраивается на основе...**
- а) цели исследования
  - б) последнего понятия теоретической интерпретации
  - в) на основе эмпирической интерпретации
- 5. Объем выборочной совокупности зависит от следующих факторов:**
- а) от необходимой точности результатов исследования
  - б) от степени однородности генеральной совокупности
  - в) от числа признаков, относительно которых производится выборка
  - г) от структуры генеральной совокупности
- 6. Свойство (способность) выборочной совокупности воспроизводить (представлять) параметры и значимые элементы структуры генеральной совокупности:**
- а) репрезентативность
  - б) валидность
  - в) измеримость
- 7. Утверждение «Программа опроса экспертов не столь детализирована и носит преимущественно концептуальный характер»:**
- а) правильно;
  - б) не правильно;
  - в) не имеет смысла.
- 8. Основной инструментарий экспертного опроса:**
- а) анкета;
  - б) бланк-интервью;
  - в) программа.
- 9. Процедура упорядочивания объектов (суждений) с предложенного набора, присваивая каждому соответствующий ранг, называется:**
- а) ранжирование;
  - б) рэндомизация;
  - в) шкалирование.
- 10. Цель контрольных вопросов:**
- а) проверка логической непротиворечивости, достоверности и искренности ответов респондентов;
  - б) установление контакта с респондентом;
  - в) выяснение уровня понимания респондентом смысла заданного вопроса.

## **Тема 7**

### **Прогнозирование поведения электората и итогов выборов**

#### **План**

1. Научные основы прогнозирования итогов выборов.
2. Методы прогнозирования: особенности, преимущества, недостатки.
3. Опыт предвыборного прогнозирования.

#### **Контрольные вопросы и проблемные занятия**

1. Сделайте обзор литературы по теме обсуждения.
2. Сделайте обзор основных Интернет-ресурсов по тематике курса.
3. Составьте словарик основных понятий терминов по данной теме курса.
4. Составьте структурно-логическую схему данного занятия.
5. Изучите опыт прогнозирования поведения электората и итогов выборов в Российской Федерации. Сделайте соответствующий обзор на семинарском занятии. Прокомментируйте следующие данные.

Опрос проведен 20-24 сентября 2013 года по репрезентативной всероссийской выборке городского и сельского населения среди 1601 человека в возрасте 18 лет и старше в 130 населенных пунктах 45 регионов страны. Распределение ответов приводится в процентах от общего числа опрошенных вместе с данными предыдущих опросов. Статистическая погрешность данных этих исследований не превышает 3,4%.

*ЕСЛИ БЫ ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА РОССИИ СОСТОЯЛИСЬ В БЛИЖАЙШЕЕ ВОСКРЕСЕНЬЕ, ПРИНЯЛИ БЫ ВЫ В НИХ УЧАСТИЕ, И ЕСЛИ ДА - ЗА КОГО ИЗ НЫНЕШНИХ ПОЛИТИКОВ ВЫ БЫ ПРОГОЛОСОВАЛИ? (открытый вопрос)*

2013	СЕН.1 1	СЕН.1 2	АПР.1 3	АВГ.1 3	СЕН.1 3
Владимир Путин	27	33	29	28	30
Геннадий Зюганов	6	6	6	5	7
Владимир Жириновский	5	3	3	3	3
Дмитрий Медведев	13	2	2	2	1
Сергей Шойгу	<1	<1	1	1	1
Алексей Навальный	-	-	-	1	1
Михаил Прохоров	<1	3	2	1	1
Сергей Миронов	1	1	1	1	1
Тулеев	-	-	-	-	<1
другие	1	1	2	1	1
не знаю, за кого стал(а) бы голосовать	21	23	22	27	26
не стал(а) бы голосовать	11	14	18	18	16
не знаю, стал(а) бы голосовать или нет	13	9	14	12	14

*ЕСЛИ БЫ В БЛИЖАЙШЕЕ ВОСКРЕСЕНЬЕ ПРОХОДИЛИ ВЫБОРЫ В ГОСУДАРСТВЕННУЮ ДУМУ, ПРИНЯЛИ БЫ ВЫ УЧАСТИЕ В ЭТИХ ВЫБОРАХ, И ЕСЛИ ДА, ЗА КАКУЮ ПАРТИЮ ВЫ БЫ ПРОГОЛОСОВАЛИ?*

2013	АПР. 10	НОЯ. 11	СЕН. 12	АПР. 13	АВГ. 13	СЕН. 13
Единая Россия (Д.Медведев)	38	35	31	24	29	30
Коммунистическая партия - КПРФ (Г.Зюганов)	14	11	11	12	12	11
Либерально-демократическая партия России (ЛДПР) (В.Жириновский)	8	11	5	5	7	5
Гражданская платформа (М.Прохоров)	-	-	4	4	3	3
Справедливая Россия (С.Миронов)	5	9	4	5	2	3
Народный альянс	-	-	-	-	1	1

(А.Навальный)						
Яблоко (С.Митрохин)	1	2	<1	1	1	1
Альянс зеленых - Народная партия (О.Митволь)	-	-	-	1	1	<1
Патриоты России (Г. Семигин)	<1	<1	<1	<1	<1	<1
Республиканская партия России – ПАРНАС (В.Рыжков-Б.Немцов-М.Касьянов)	-	-	1	1	<1	<1
другие	<1	-	<1	1	<1	<1
Не стал (а) бы принимать участие в выборах	20	11	25	28	23	23
Затрудняюсь ответить	14	18	20	20	22	23

6. Подготовьте ряд докладов к семинарскому занятию на общую тему «Предвыборное прогнозирование». Используйте следующий план.

История и результативность прогнозирования исхода выборов. Вариативность предвыборного прогноза, ее причины и пределы. Анализ политической ситуации и предвыборное прогнозирование. Исходные данные и процесс составления прогноза результатов голосования. Анализ итогов выборов. Цели, задачи и виды анализа результатов голосования. Электоральная статистика и анализ изменений, происшедших в политических настроениях и предпочтениях различных слоев общества. Оценка итогов выборов в контексте политической ситуации: анализ расстановки сил, послевыборные коалиции.

7. Подготовьте ряд рефератов (докладов на конференцию и др.), выбрав соответствующую тему из следующей тематики.

**Электоральные прогнозы и модели.** Функции и виды электоральных прогнозов. Особенности методологии разработки электоральных прогнозов. Пути повышения точности электоральных прогнозов. Оценка точности прогноза результатов голосования. Экспертный сценарно-прогностический мониторинг. Прогнозная модель электоральных предпочтений. Возможности использования математических моделей в политических исследованиях. Прогнозирование явки в избирательных кампаниях. Проблемы прогнозирования электорального поведения избирателей России.

**Взаимодействие с заказчиком и публикация результатов электоральных социологических исследований.** Политические, правовые и этические принципы взаимоотношений социологических служб и заказчиков. Критерии выбора и гарантии ответственности социологической службы избирательной кампании. Особенности подготовки, оформления и представления отчетов электоральных исследований. Проблемы этики электоральных социологических исследований. Особенности публикации данных электоральных исследований в электронных и печатных СМИ. Материально-техническая база социологических исследований в период избирательных кампаний.

8. Г.Е. Шепитько отмечает, что при создании систем прогнозирования руководствуются следующими принципами прогнозирования: принцип системности, требующий взаимоувязанности и сопряженности объекта прогнозирования и прогнозного фона и их элементов с учетом обратных связей между ними; принцип согласованности поисковых и нормативных прогнозов; принцип вариантности, требующий разработки вариантов прогноза, исходя из особенностей рабочей гипотезы, постановки цели и вариантов прогнозного фона; принцип непрерывности прогнозирования, требующий корректирования прогнозов по мере поступления новых данных; принцип верифицируемости, требующий определения достоверности, точности и обоснованности прогнозов; принцип рентабельности прогнозирования, требующий повышения экономического или социального эффекта от использования прогноза над затратами на его разработку. Дайте развернутый комментарий данным принципам.

9. Г.Е. Шепитько пишет: проектирование является одной из функций социального управления, поэтому использование методов проектирования в практической деятельности людей способствует повышению степени обоснованности принимаемых управленческих решений. С точки зрения теории управления **предвидение** имеет две формы его конкретизации: предсказательную и предуказательную. **Предуказание** выступает в формах: целеполагания; программирования; планирования; проектирования. **Целеполагание** – установление идеально предположенного результата деятельности. **Программирование** – установление основных положений, которые потом развертываются в планировании. **Планирование** – проекция в будущее человеческой деятельности для достижения предустановленной цели при определенных средствах, преобразования информации о будущем в директивы для целенаправленной деятельности. **Проектирование** – создание конкретных образов будущего, конкретных деталей разработанных программ. Управление в целом интегрирует четыре перечисленных понятия, поскольку в основе каждого из них лежит один и тот же элемент – решение. **Проектирование** – процесс создания прообраза предполагаемого объекта, результатом которого является обоснованное определение варианта прогнозируемого или планового развития новых процессов и явлений. Прогнозы составлялись обычно на длительный срок, поэтому обратная связь между объемом и номенклатурой товаров и планами их производства не была оперативной, несмотря на директивность планов (необходимость их выполнения любой ценой). Обратная связь при введении рыночных отношений в России стала более оперативной, но подверженной стихии рынка. По мере осознания неспособности рыночной экономики к саморегулированию в России постепенно стала внедряться **индикативное** планирование (целенаправленное управление индикаторами социально-экономического развития в государственном и частных секторах). В перспективе намечается не только удовлетворение потребностей потребителей, но и формирование их мотивов и ценностей по западному образцу.

Дайте свои соображения по данному тексту.

10. Сопоставьте электоральные прогнозные выкладки главных социологических центров и попытайтесь объяснить расхождения в прогнозных оценках. Ваше мнение по поводу следующей точки зрения: «представляется, что основными источниками просчетов в предсказаниях, основанных на данных массовых опросов, могут стать: 1)неправильное построение выборки; 2) неправильный выбор метода опроса и несоблюдение необходимых процедур опроса; 3)неучет колеблющихся избирателей и отсутствие работы с мнениеобразующими факторами; 4)влияние случайных факторов, не поддающихся учету в исследованиях».

В отчете о результатах исследования «Прогнозирование итогов парламентских выборов 2007 года на основе ретроспективного анализа опросных данных и итогов голосования в 1999 и 2003 гг.» говорится: 1. Данные общенациональных опросов, осуществляемых ведущими российскими компаниями-поллстерами в преддверии выборов в Государственную Думу РФ по партийным спискам в 1999 и в 2003 годах, в целом верно отражали тенденции электоральных настроений граждан страны. Особенно хорошо (по всей видимости, предельно хорошо для опросных методов) прогнозировалась *электоральная активность – явка*. На качественном уровне опросные данные позволяли правильно оценивать и *шансы партий по получению депутатских мандатов*. Вместе с тем в 2003 году результаты опросов для отдельных партий заметно разошлись с официальными итогами голосования. 2. Важными факторами, способствующими улучшению качества прогнозирования голосования на основании опросных данных, являются: а) разнообразие источников опросных данных (числа центров-измерителей и числа самих опросов), б) использование проверенных вероятностных моделей электорального поведения, и в) учет динамики электоральных настроений максимально близко ко дню голосования. 3. Главной трудностью (фактор, ухудшающий качество прогнозирования) для социологических электоральных измерений является появление незадолго до выборов нового игрока – нового объекта выбора. Такое явление в условиях неустойчивых партийных симпатий россиян, приводит, как правило, к масштабному перераспределению электоратов, которое в свою очередь не всегда успевают зафиксировать социологи, проводящие предвыборные опросы. Вместе с тем следует признать, что с учетом традиционных погрешностей опросных методов возможное перемещение 1,5-2% совокупного электората (которое может дать существенное для политических итогов голосования изменение результата партии в 3-4% от числа пришедших на выборы) гарантировано прогнозировать невозможно даже в условиях относительно стабильного течения избирательной кампании.

В отчете о результатах обработки конкурсных материалов «Конкурс социологических прогнозов «Итоги выборов ГосДумы–2007» делаются следующие выводы: 1. Результаты голосования можно расценивать как большой успех российской электоральной социологии и эффективность всей предварительной работы по мониторингу и прогнозированию электоральных настроений россиян. Все основные предвыборные тенденции в течение 2007

года выявлены верно. Прогнозы основных показателей электоральных настроений (явка и доли голосов) полностью подтверждены результатами выборов. Отклонения прогнозных значений от официальных результатов по большинству партий не превышает 2% (около 1% всех избирателей). В этом году практически не было партий, электорат которых преподнес бы хоть какой-то сюрприз для социологов (особенно при этом впечатляет точность прогнозирования «малых» партий). По сравнению с 2003 годом рост точности прогнозов налицо. 2. В отличие от 2003 года качество политического прогнозирования на этот раз не сильно отличалось от социологического. Политический итог выборов (партийный состав Государственной Думы) также очень точно предсказан на основании предвыборных опросов населения большинством участников Конкурса. Напомним, что в 2003 году только один центр (из 11-ти) предсказал попадание в Думу 4-х партий. 3. На наш взгляд, решающим фактором успешного прогнозирования исхода избирательной кампании явился постоянный состав объектов выбора – партий. В этом году практически не было серьезных изменений пространства выбора, связанного с появлением за 2-3 месяца до выборов нового сильного игрока («Единство» в 1999 г и «Родина» в 2003 г.), обычным следствием чего было масштабное перераспределение электоратов. В этом году стабильное электоральное поле позволяло избирателям лучше (и раньше) определиться со своим выбором, и, следовательно, социологам – более точно измерять объемы партийных электоратов. 4. Несколько менее точным (хотя общий результат все равно следует признать вполне удовлетворительным) оказался прогноз явки. На этот раз большинство исследовательских центров в той или иной степени недооценили электоральную активность россиян, хотя на прошлых выборах как раз наоборот, почти все прогнозные оценки были выше официальных итогов выборов. 5. Что касается методики прогнозирования то, как и в предыдущие годы, точность прогнозов, основанных на *прямом измерении* электоральных предпочтений (опросы общественного мнения – ФОМ, ВЦИОМ, Левада-центр), оказывается, выше точности прогнозов, основанных на *косвенном измерении*). Вместе с тем точность экспертных опросов также неизмеримо выросла.

Подумайте, что изменилось в электоральных процессах в России за прошедшее время? Что в связи с этим можно добавить и скорректировать?

11. Дайте развернутый комментарий следующему тексту применительно к обсуждаемой тематике. Ряд гипотез, претендующих на объяснение мотивов голосования граждан: *социологическая гипотеза*: голосуя, люди проявляют солидарность со своей социальной группой (классовой, этнической, соседской и т.д.); *социопсихологическая гипотеза*: голосуя, люди руководствуются укоренившимися в их среде симпатиями, психологическим тяготением к определенной партии, лидеру; *политико-коммуникационная гипотеза*: люди голосуют под влиянием СМИ, политической рекламы, имиджа лидера, хода предвыборной кампании и проч.; *гипотеза рационального выбора*: люди голосуют (или не голосуют) не как члены группы, а как индивиды, руководствуясь при этом собственным интересом, расчетом, выгодой. В чистом виде эти формулы голосовательного поведения встречаются редко. В



подавляющем большинстве случаев исследователи имеют дело с симбиозом всех поведенческих алгоритмов, наблюдаемых даже в поступках одного и того же человека. При всей неоднозначности и видимой противоречивости российского политического выбора накопленная электоральная статистика дает возможность говорить о появлении в поведении наших граждан некоторых устойчивых тенденций. Так, аналитик из Санкт-Петербурга Г. Голосов, изучавший результаты региональных выборов в России посредством операционализации теоретико-методологических положений бихевиоризма и школы рационального выбора, установил, что в российских условиях действительна, прежде всего, социопсихологическая формула голосования: коэффициент корреляции между победой или поражением действующего губернатора и политической идентификацией - 0,40; далее следует формула рационального голосования: коэффициент корреляции между победой или поражением действующего губернатора и результатом деления бюджетных расходов (на душу населения) на цену потребительской корзины в регионе - 0,37; замыкающей оказалась социологическая голосовальная формула: коэффициент корреляции между уже упомянутой переменной и процентной долей горожан в населении региона - 0,30. В ряде научных публикаций все чаще высказывается мнение об усиливающейся рациональности электорального поведения граждан. Связывается это с тем, что за последние годы произошло смещение внимания людей от общих проблем идейно-политического характера к проблемам их собственных экономических интересов, приспособления к жизни в новых социально-экономических условиях. Именно этот фактор, по мнению директора РНИСиНП В. Петухова, оказал решающее влияние на исход президентских выборов 1996 г. По имеющимся в распоряжении этого автора данным, более 70 % граждан более или менее освоились в новой реальности и желают ее упорядочения, а не радикального изменения. Напомним, что и «феномен Путина» обязан своим возникновением тяге людей к порядку в государстве. В то же время цена авторитарного «порядка» избирателей не устраивает: люди неизменно высказываются против запрета политических партий и оппозиционной прессы, не желают запрещения забастовок, противятся ограничению свободы выезда и т.п. Интересен вывод о формировании рационального подхода российских избирателей к своему политическому выбору, сделанный специалистом в области политической психологии Е.Б.Шестопа, которая считает, что рациональность россиян - это рациональность особого рода, соединенная с эмоциональностью; ее не нужно путать с примитивным прагматизмом, связанным с получением причитающихся денежных выплат. Преждевременно говорить сегодня о доминировании рациональной голосовальной формулы в российском избирательном процессе. А учет той роли, которую играет в российской политике административный рычаг управления избирательным процессом, прежде всего со стороны региональных лидеров, приводит к совершенно правомерному выделению специфически российской голосовальной формулы - традиционалистской, вполне уживающейся и с рациональностью, и с эмоциональностью. К постановке вопроса об

укладывающихся в определенное число формул мотивах голосования ряд авторов относится скептически. Авторитетный российский исследователь Б. Грушин предположил, что причина прогнозных ошибок - в принципиальной непознаваемости российского избирателя, и поставил под сомнение саму возможность прогнозирования результатов выборов. Н. Бирюков также считает, что политическое сознание и элит, и электората мифологизировано, а поскольку мифы различны, долгосрочное прогнозирование становится практически невозможным. Наиболее убедительной представляется позиция А. Ослона: результаты опроса - это лишь часть информации, необходимой для решения задачи. Исследователь выделил несколько неопределенностей, остающихся после проведения опроса, и предложил следующие методы их преодоления: для выяснения устойчивости предпочтений «определившихся» избирателей включать в интервью и анкеты дополнительные косвенные вопросы; для того чтобы избежать искажений в ответах по причине стыда или страха, включать в анкету контрольные вопросы типа: «Как Вы думаете, к каким из перечисленных партий люди сегодня испытывают симпатию, но стесняются в этом признаться?», а также: «Вы думаете, что за эту партию проголосуют многие?»; для решения загадки «неопределившегося актива» использовать метод панели; уделять максимальное внимание отслеживанию изменений в предпочтениях «слабо определившихся»; смягчать неопределенность участия в выборах путем анализа результатов повторных опросов и данных электоральной статистики; снимать психологические неопределенности сравнением результатов количественных и качественных исследований, а также использованием метода панели и анализом электоральной статистики; нейтрализовать неопределенность маргинального сегмента, отказывающегося от участия в опросах, специальными исследованиями в данном сегменте, а также особыми методиками для интервьюеров, включенным наблюдением и углубленными интервью; дополнительно анализировать документальные источники для учета фактора недоступных сегментов.

12. Дайте развернутый комментарий следующему тексту применительно к обсуждаемой тематике. Социолог Е. Михайлова справедливо отмечает, что роль социологов вообще не сводится к прогнозированию результатов выборов. К основным функциям социологии она относит: *информативную функцию*: информирование участников избирательного процесса для принятия решений; *корректирующую функцию* (проверка эффективности принятых мер для возможной их коррекции); *прогностическую функцию* (прогнозирование итогов выборов); *пропагандистскую функцию* (оказание воздействия на голосователное поведение избирателей). Во время избирательной кампании главная задача специалистов заключается не столько в прогнозировании результатов, сколько в разработке эффективной концепции кампании. Для этого необходимо изменение отношения заказчиков к социологам. Пока что их воспринимают либо как придворных, поддакивающих хозяину, либо как астрологов, предсказывающих судьбу. Социологам нужны не только деньги на проведение работ, но и реальная реакция на результаты их исследований -

иначе отсутствует мотив для честного и творческого труда. Заказчик, со своей стороны, должен требовать максимальной прозрачности в постановке задач и анализе результатов. От социологов требуется повышенное внимание к вопросам формирования выборки, построения анкеты, комплексной методики сбора данных и корректной трактовке результатов.

### Тест

1. **Правильно ли сформулирован предмет исследования: «Жители города Твери электорального возраста».**
  - а) да
  - б) нет
2. **Научная дисциплина о закономерностях разработки прогнозов – это:**
  - а) прогностика
  - б) астрология
  - в) инноватика
3. **Прогноз, содержанием которого является определение возможных состояний объекта прогнозирования в будущем, - это:**
  - а) поисковый прогноз
  - б) нормативный прогноз
  - в) интервальный прогноз
4. **Согласование мнений экспертов по перспективным направлениям развития электоральной ситуации, сформулированных ранее отдельными специалистами, оценка аспектов развития электорального процесса, которая не может быть определена другими методами (например, экспериментом):**
  - а) метод коллективной экспертной оценки
  - б) метод деструктивной отнесенной оценки
  - в) метод сценариев
5. **По следующей формуле ( $k = (k_1 + k_2 + k_3) / 3$ ) вычисляется:**
  - а) коэффициент уровня компетентности эксперта
  - б) коэффициент взаимной оценки
  - в) коэффициент притязаний экспертов
6. **Автор метода «мозгового штурма», разработавшего его основы в 1957 г., является:**
  - а) А. Осборн
  - б) И. Бестужев-Лада
  - в) В. Базаров-Руднев
7. **Совокупность внешних по отношению к объекту прогнозирования условий, существенных для решения задачи прогноза – это:**
  - а) прогнозный фон
  - б) период упреждения
  - в) верхняя экстрема
8. **Прогноз, содержанием которого является определение путей и сроков достижения объекта прогнозирования в будущем, – это:**
  - а) нормативный прогноз
  - б) поисковый прогноз
9. **Прогноз с периодом упреждения от 1 года до 5 лет:**
  - а) среднесрочный прогноз
  - б) краткосрочный прогноз
  - в) оперативный прогноз
10. **Верификация прогноза предполагает оценку доверительного интервала прогноза для заданной вероятности его осуществления:**
  - а) да
  - б) нет

## Тема 8

### Региональный электоральный процесс: социологический подход

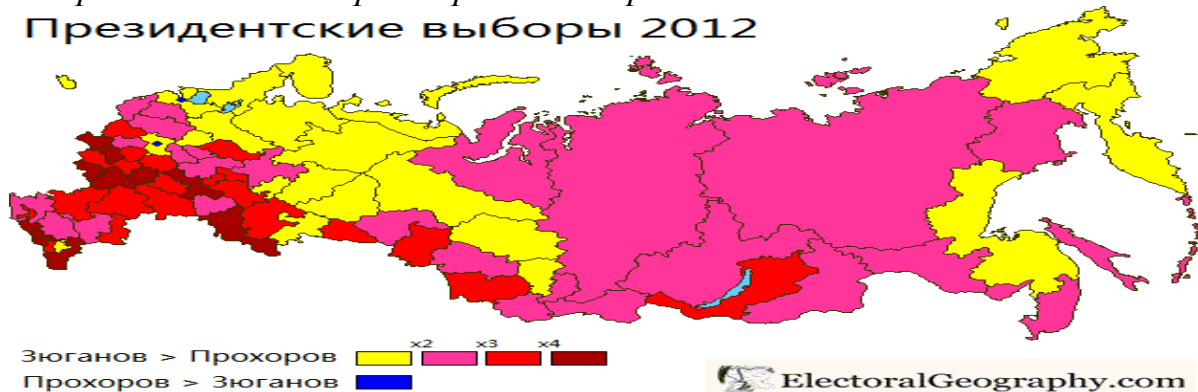
#### План

1. Особенности электорального процесса в регионах России.
2. Особенности электорального процесса в Тверской области.
3. Опыт социологических исследований электорального процесса в регионах России.

#### Контрольные вопросы и проблемные занятия

Используя следующую схему, проанализируйте изменение структуры электорального ландшафта в различных регионах России за 15-20 лет.

#### Президентские выборы 2012



Сделайте обзор направлений и результативности исследований следующих организаций.

#### Региональные исследовательские организации

№	Название	Город	Телефон	Руководитель	E-mail
1	IT-COM	Тверь	8(4822)773411 8(961)1424488 8 (4822) 701013	Крылова Елена Валентиновна	info@ intelteam.ru
2	Исследовательская группа «ТверьЦИОМ» (тверской центр изучения общественного мнения)	Тверь	(4822) 358171, (4822) 420401	Смирнов Евгений Михайлович	tvszags@ tvcom.ru
3	Кафедра социологии, Лаборатория социально-политических исследований ТвГУ	Тверь	8 (4822) 347017, 347080	Михайлов Валерий Алексеевич	p001882@ tversu.ru
4	Научно-исследовательский центр «Социум»	Тверь	(4822) 34-83-91 8-920-690-79-64	Егорова Александра Владимировна	socium_tver@ mail.ru
5	ООО Компания «Максимум- Информ»	Тверь	(4822) 76-59-07, 765948, 345207, (4822) 77-55-92	Веселов Максим Геннадьевич	maxinform2@ mail.ru
6	Региональный исследовательский центр «Статус»	Тверь	8-919-058-09-34, (4822)34-70-07	Конькова Ирина Александровна	rrc_tver@ bk.ru
7	Центр «Общественное мнение»	Тверь	(4822) 34-72-83; 41-54-59	Зиньковский Александр Владимирович	socoprostver @yandex.ru
8	Центр маркетинговых исследований и коммуникаций «ГУДВИЛЛ»	Тверь	(4822) 577-135, (4822) 34-67-18	Гаджиназарова Наталья Викторовна	tver- marketing@ yandex.ru
9	Центр социального анализа «Мониторинг-Тверь»	Тверь	8-919-058-09-34, 8-920-699-59-35	Линина Мария Юрьевна	Monitoring- 69@bk.ru

Филиалы в Твери

10	АМК ПИАРТ	Ярославль	8 4852 457001, 8 4852 458407	Кучкина Лариса Николаевна	office@piartin fo.ru
11	Информационно-аналитическое агентство «V.I.P. REGION»	Курск	(4712) 304-024, 8-910-730-40-24	Шеховцов Руслан Анатольевич	ruslan_socio @mail.ru

### Тест

- 1. Право и реальная способность органов местного самоуправления регламентировать значительную часть государственных дел и управлять ею, действуя в рамках закона, под свою ответственность и в интересах местного населения:**
  - а) местное самоуправление
  - б) городское управление
- 2. Избираемый глава исполнительной власти (муниципалитета) в городах:**
  - а) мэр
  - б) глава города
  - в) city manager
- 3. Назначаемый профессионал, в функции которого входит организация работы муниципальных служб по обеспечению деятельности городского хозяйства:**
  - а) городской управляющий
  - б) city manager
  - в) мэр
- 4. Город или поселок, в котором осуществляется местное самоуправление, – это:**
  - а) городское поселение
  - б) город
  - в) поселок
- 5. Городское поселение, которое не входит в состав муниципального района:**
  - а) городской округ
  - б) город
  - в) поселок городского типа
- 6. Совокупность предприятий и организаций, расположенных на территории поселения, продукция которых в основном реализуется за его пределами в рамках территориального разделения труда:**
  - а) градообразующая сфера
  - б) экономика города
- 7. Несколько поселений или поселений и межселенных территорий, объединенных общей территорией, в границах которой местное самоуправление осуществляется в целях решения вопросов местного значения межпоселенческого характера:**
  - а) муниципальный район
  - б) городской округ
- 8. Избираемые непосредственно населением и (или) образуемые представительным органом муниципального образования органы, наделенные собственными полномочиями по решению вопросов местного значения:**
  - а) органы местного самоуправления
  - б) органы управления
- 9. Если глава муниципального образования возглавляет представительный орган, то местную администрацию возглавляет:**
  - а) управляющий по контракту
  - б) один из депутатов представительного органа
  - в) руководитель муниципальной избирательной комиссии
- 10. Местное самоуправление шире, чем муниципальное управление:**
  - а) да
  - б) нет
- 11. Формы участия населения в осуществлении местного самоуправления на основе собственных инициатив:**
  - а) правотворческая инициатива граждан
  - б) опросы
  - в) публичные слушания
  - г) муниципальные выборы
  - д) сходы граждан в малых муниципальных образованиях
- 12. Миссия муниципального управления:**
  - а) повышение уровня и качества жизни населения муниципального образования

- б) развитие инфраструктуры муниципального образования
- в) формирование кадрового резерва.

## Тема 9

### Политическая реклама и политический имидж в электоральных исследованиях

#### План

1. Политическая реклама: особенности, разновидности, функции.
2. Политическая реклама в электоральном процессе.
3. Опыт исследований политической рекламы в электоральной социологии.

#### Контрольные вопросы и проблемные задания

1. Определите место и роль политической рекламы в избирательных кампаниях.

2. Раскройте политическую рекламу как отражение заинтересованности общества в соревновательности политического процесса.

3. Измерение эффективности политической рекламы.

4. Целевая аудитория политической рекламы: понятие, особенности, структура, способы влияния.

5. Целевая аудитория политической рекламы – это (в разных аспектах): Избиратель (электорат) – в избирательном процессе (выборных кампаниях). Основная и наиболее важная для рекламодателя категория получателя рекламного обращения. Электорат «базовый» – потенциальные сторонники кандидата, т.е. круг избирателей, изначально готовых отдать голоса определенному кандидату (в силу личных пристрастий, общественных обстоятельств и др.). Электорат «подвижный» («болото») – круг избирателей, не имеющих определенных политических предпочтений и, как правило, принимающих решение о поддержке того или иного субъекта политики на заключительном этапе избирательной кампании (под влиянием рекламы, воздействия избирательных «лохотронов» и т.д.). Электорат «пакетированный» – зависимые (экономически, лично, административно и т.д.) группы избирателей (военные коллективы и др.), которые обычно имеют четко определенное направленное политическое (электоральные) поведение и др. Продолжите данные рассуждения со своими комментариями.

*Политическая реклама* – 1. Реклама, представляющая интересы политических партий, движений, и направленная на достижение целей определенных социальных групп. 2. Целенаправленное распространение информации о кандидатах в представительные органы, кандидатах в Президенты РФ и республиках в составе России, кандидатах в законодательные и исполнительные органы субъектов РФ и местного самоуправления, о деятельности партий, движений, объединений и их лидерах, предпринятое для создания им популярности, привлечения к ним внимания граждан.

6. Ответьте на следующие вопросы (с обоснованием и необходимыми примерами):

– Почему рынок политических услуг связан с мажоритарной моделью демократии?

- Какие проблемы решает потребитель на политическом рынке?
- Как актуализируется модель коммуникации для политрекламы?
- Может ли политическая реклама выполнять роль механизма политической социализации?
- Какие дополнительные функции выполняет политическая реклама?
- Каковы, на Ваш взгляд, основные проблемы дизайна печатной политической рекламы в Тверской области?

7. Охарактеризуйте достоинства и недостатки политической рекламы в Тверской области или других регионах.

8. Дайте интерпретацию смысловым акцентам в слоганах рекламного обращения некоторых политических партий объединений в предвыборной кампании в Государственную Думу 1999 года:

<b>Слоганы на запоминание названия</b>	
ЛДПР	Сила России в нас! Построим будущее вместе! Наше будущее должно быть предсказуемым. Построим будущее вместе!
НДР	Наш дом – Россия!
ОВР	Отечество – Вся Россия Я верю только делам. Отечество – вся Россия!
СПС	Победа Союза Правых Сил – наша победа! Молодых надо!
Яблоко	Честность во власти – порядок в стране! Яблоко – за достойную жизнь!
Единство	Межрегиональное движение «Единство»
ЛДПР	Блок Жириновского - это ЛДПР
РДР	Наш дом – Россия!
ОВР	Избирательный блок «Отечество - вся Россия»
СПС	Правое дело. Новая сила. Голос России. Мы вместе. Мы – союз правых сил.
Единство	Межрегиональное движение «Единство», номер 14 в избирательном списке
ЛДПР	19 декабря выбирай 17!
ОВР	19 декабря выбирай 19 номер!
СПС	Молодых надо! Их номер - 23! Все цифры в памяти сотри. Ты прав! Твой номер – 23!
<b>Призыв к голосованию</b>	
СПС	Голосуй за «Союз Правых Сил»!
Яблоко	Голосуй за «Яблоко»!
НДР	Наш дом Россия – правильный выбор!

9. Подумайте, какое отношение имеют к политической рекламе следующие данные.

## КАК РОССИЯНЕ ОТНОСЯТСЯ К СВОИМ ВОЖДЯМ (%)?

ИСТОЧНИК: «ЛЕВАДА-ЦЕНТР»; ОПРОС 1,6 ТЫС. ЧЕЛОВЕК ПРОШЕЛ В 45 РЕГИОНАХ РФ 19-22 АПРЕЛЯ; НЕ ВКЛЮЧЕНЫ ОТВЕТЫ ГРАЖДАН, КОТОРЫЕ ЗАТРУДИЛИСЬ ОТВЕТИТЬ НА ВОПРОС.



### Тест

- 1. Постоянное наблюдение за ходом определенного события или процесса:**
  - а) спонсоринг
  - б) мониторинг
  - в) рефлексия
- 2. Социальный субъект, которого в журналистском корпусе принято рассматривать в качестве привычного и достоверного источника информации:**
  - а) ньюсмейкер
  - б) лидер мнений
  - в) спичрайтер
  - г) специалист по связям с общественностью
- 3. Свойство некоторых лидеров внушать своим последователям веру в их сверхъестественные способности:**
  - а) урбанизм
  - б) магия
  - в) харизма
  - г) субкультура
- 4. Поведение, не соответствующее действующим в данном обществе нормам, называется:**
  - а) абсентизм
  - б) девиация
  - в) конформизм
- 5. Вид коммуникации, заключающийся в обсуждении, сопоставлении различных мнений для выработки общего мнения:**
  - а) реклама
  - б) дискриминация
  - в) выборы
  - г) дискурс
- 6. Групповое мнение представляет собой:**
  - а) мнение лидера группы, независимо от того, разделяет ли его группа
  - б) выражение групповых интересов
  - в) результат социологического опроса членов группы
  - г) сумму мнений членов группы
- 7. Специалист, компетентность которого позволяет успешно решить трудноформализуемую задачу при оценке эффективности рекламных текстов:**
  - а) лидер
  - б) модератор



в) инноватор

г) эксперт

**8. Зависимые группы избирателей, которые обычно имеют четко определенное направленное электоральное поведение – это:**

а) «базовый» электорат

б) «подвижный» электорат

в) «пакетированный» электорат

**9. Постоянное наблюдение за ходом определенного события или процесса:**

а) спонсоринг

б) мониторинг

в) рефлексия

**10. Платное размещение готовых материалов под видом редакционных публикаций на редакционных площадках (в редакционном эфире):**

а) «джинса»

б) «выемка»

в) «дугая реклама».

### **Политический имидж в электоральных исследованиях**

1. Политический имидж: сущность, структура, функции.

2. Политический имидж в электоральном процессе.

3. Опыт исследований политического имиджа в электоральной социологии.

### **Контрольные вопросы и проблемные задания**

1. Известно, что если человеку пририсовать закрученные усики, его лицо становится открытым для психологического анализа. Аналитический отдел Русского журнала провел соответствующее исследование. Группе респондентов были продемонстрированы портреты некоторых ведущих российских и мировых политиков, а также некоторых исторических личностей. От респондентов требовалось сообщить, с кем ассоциируется каждый портрет. Вот результаты (ассоциации на соответствующее лицо):

1. Владимир Путин: «Лицо, принимающее решение» (100%).

2. Александр Волошин: «Кардинал Ришелье» (65%), «Кардинал Мазарини» (25%), «Кардинал из романа Э.Л. Войнич «Овод» (10%).

3. Михаил Касьянов: «Профессиональный игрок в покер» (100%).

4. Сергей Миронов: «Мещанин во дворянстве» (60%), «Слесарь на свадьбе» (40%).

5. Валентина Матвиенко: «Клинт Иствуд» (55%), «Антонио Бандерас» (40%), «Вячеслав Тихонов» (5%).

6. Юрий Лужков: «Прцветающий американский психоаналитик» (65%), «Английский лорд» (20%), «Грузинский князь» (15%).

7. Александр Лебедь: «Майор» (40%), «Подполковник» (20%), «Полковник» (20%).

8. Эдуард Россель: «Наполеон» (40%), «Муссолини» (30%), «Паваротти» (30%).

9. Геннадий Селезнев: «Ротшильд» (50%), «Рокфеллер» (30%), «Ротвейлер» (20%).

10. Геннадий Зюганов: «Русский офицер конца XIX века» (20%), «Французский преуспевающий банкир конца XIX века» (50%), «Великий французский писатель конца XIX века» (30%).

11. Владимир Жириновский: «Портос» (70%), «Атос» (25%), «Арамис» (5%).

12. Ирина Хакамада: «Гитлер» (45%), «Гиммлер» (30%), «Буденный» (25%).

13. Борис Немцов: «Джефф Питерс» (40%), «Остап Бендер» (40%), «Сельский ловелас» (20%).

14. Олег Морозов: «Гитлер» (45%), «Гиммлер» (30%), «Буденный» (25%).

15. Евгений Примаков: «Кутузов в Филях» (60%), «Меншиков в Березове» (35%), «Березовский в Лондоне» (5%).

16. Иосиф Сталин: «Гитлер» (45%), «Гиммлер» (30%), «Буденный» (25%).

17. Адольф Гитлер: «Молодой еврейский маклер» (50%), «Молодой цыганский борон» (50%).

18. Саддам Хусейн: «Джефф Питерс» (40%), «Остап Бендер» (40%), «Сельский ловелас» (20%).

19. Джордж Буш-младший: «Трехлетний ребенок, нацепивший папины усы» (100%).

20. Иисус Христос: «Лицо, принимающее решение».

Как все это можно использовать в избирательных технологиях и политической рекламе?

2. Исследования показали, что в середине 1970-х гг. наиболее важными качествами лидера государственного масштаба считались (в %):

*в США:*

честность	78
интеллигентность	55
независимость	45
рачительность, экономность	36
наличие идей	24
сочувствие к «маленькому» человеку	20
сострадание	10
дружественное отношение	8
умение хорошо говорить	8
телегеничность	2

*в Великобритании:*

прямота	43
работоспособность	41
искренность	40
сила	40
уверенность	36
открытость	33
вдохновенность	22
наличие потенциала	17
убежденность	12

приятные манеры	11
доброта	4
скромность	2

Объясните расхождения во мнениях общественности двух стран. Сравните эти данные с современными условиями (и в сравнении с российскими реалиями).

3. Основные функции имиджа: номинативная – имидж обозначает, выделяет, дифференцирует личность политика в среде других, демонстрирует лучшие качества, подчеркивая достоинства; эстетическая – имидж вызывает впечатление, производимое на публику лидером; адресная – имидж связывает целевую аудиторию, отвечая на запрос электората; коммуникативная – обеспечивает эффективность информации, облегчая ее восприятие и «режим наибольшего благоприятствования» и этим подготавливает почву для формирования установки на выбор именно этого кандидата. Раскройте эти функции.

4. Выделяют следующие этапы конструирования рекламного имиджа политики: определение требований аудитории (ее сегментов), сравнение реальных качеств кандидата с ожиданиями аудитории, отбор тех характеристик, которые востребованы жизнью и имиджем, перевод выбранных характеристик в разные знаковые контексты. Сравните данные этапы с этапами рекламной кампании в сфере культуры и т.д., найдите сходства и отличия.

5. Сделайте свои замечания, добавления и исправления (с соответствующим обоснованием) в следующей анкете.

#### Анкета

Уважаемый респондент,  
кафедра социологии ТвГУ проводит исследование на тему «**Образ сити-менеджера г. Твери: состояние и эволюция**». Просим ответить на ряд вопросов. Опрос анонимный. Сведения будут использованы для написания магистерской диссертации.

Спасибо за участие в опросе!

**1. 29 марта на 66-ом очередном заседании Тверской городской Думы сити-менеджером Твери был избран Павлов Валерий Михайлович.**

**С Вашей точки зрения, знают ли горожане об этом? Каков объем их знаний по этому поводу?**

- 1 – большинство горожан не знает об этом, не интересуется этим
- 2 – большинство горожан знает об этом, но не интересуется этим в минимальном количестве
- 3 – большинство горожан знает об этом, но интересуется этим в минимальном количестве
- 4 – большинство горожан знает об этом, может назвать ФИО сити-менеджера и род его занятий
- 5 – затрудняюсь ответить

**2. Нынешний Глава администрации Твери является бывшим первым заместителем Василия Толоко. Как это сказывается на имидже В.М. Павлова?**

- 1 – никак 2 – положительно 3 – отрицательно 4 – другое (впишите)
- 5 – затрудняюсь ответить

**3. Известно, В.М. Павлов родился 1 апреля 1952 года в Кимрах. Окончил физфак Калининского госуниверситета, аспирантуру. В 1987-1997 годах - директор Тверского вагоностроительного техникума (позже машиностроительный колледж). Избирался депутатом Заволжского райсовета, Тверского горсовета. В 1996-2000 годах - депутат и председатель ТГД. С 2001 года - начальник управления по региональным и муниципальным отношениям администрации Тверской области. Заслуженный учитель РФ.**

**Как Вы думаете, эти данные горожане воспримут (восприняли) положительно, нейтрально или отрицательно?**

- 1 – положительно 2 – нейтрально 3 – отрицательно 4 – другое (впишите)
- 5 – затрудняюсь ответить

**4. В сравнении с прошлыми руководителями В.М. Павлов начал свою деятельность:**

- 1 – лучше 2 – также 3 – хуже 4 – другое (впишите) 5 – затрудняюсь ответить

**5. Отношение горожан к деятельности Главы администрации Твери:**

1 – положительное 2 – нейтральное 3 – отрицательное 4 – другое (впишите)

5 – затрудняюсь ответить

**6. Оцените по 5-балльной системе уровень развития следующих качеств В.М. Павлова:**

	1– совершенно не развито	2– <i>плохо</i> развито	3– находится на <i>среднем</i> уровне	4– развито <i>выше</i> <i>среднего</i>	5– <i>очень</i> <i>хорошо</i> развито	Затруд- няюсь ответить
Знание и понимание существа проблем города						
Желание трудиться на благо горожан						
Способность трудиться на благо города						
Опытность						
Работоспособность						
Честность и порядочность						
Профессионализм						
<i>Самостоятельность</i>						
<i>Откровенность</i>						
<i>Скромность, простота</i>						
<i>Решительность и последовательность</i>						
Другое (впишите)						

**7. Как сказывается работа заместителей Главы администрации Твери на образ сити-менеджера:**

1 – положительно 2 – нейтрально 3 – отрицательно 4 – другое (впишите)

5 – затрудняюсь ответить

**8. Оцените в целом нынешнее состояние деятельности Главы администрации Твери:**

	Абсолютно неудовлетво- рительное	Неудовлетво- рительное	Удовлетвори- тельное	Хорошее	Очень хорошее
Состояние деятельности Главы администрации Твери					

**9. Какими из перечисленных качеств, по Вашему мнению, должен в первую очередь обладать руководитель Администрации города Твери? (не более 5 ответов)**

- Скромность, простота
- Решительность и последовательность
- Откровенность
- Профессионализм
- Честность, порядочность
- Желание трудиться на благо горожан
- Самостоятельность
- Доброжелательность
- Знание и понимание существа проблем города
- Работоспособность
- Способность трудиться на благо города
- Опытность
- Другое (впишите)

**10. Практически каждый день телевидение, радио, пресса сообщают о действиях сити-менеджера Твери. В целом какое у Вас сложилось впечатление о главе администрации:**

- впечатление еще не сложилось
- хорошее
- плохое
- затрудняюсь ответить
- другое (впишите)

**11. Какая информация, по Вашему мнению, преобладает в средствах массовой информации о Главе администрации города Твери?**

- в основном положительная
- в основном отрицательная
- в основном нейтральная

**12. Администрация города является исполнительно-распорядительным органом местного самоуправления города Твери, наделенным полномочиями по решению вопросов местного значения и полномочиями для осуществления отдельных государственных полномочий, переданных органам местного самоуправления в порядке, предусмотренном Федеральным законом «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации»**

Оцените работу администрации г. Твери по 5-балльной шкале:	1– ничего не дела- ется	2– кое-что дела- ется	3– находится на среднем для РФ уровне	4–находится на уровне лучших образцов деятельности страны	5– находится на уровне лучших образцов деятельности в мире	Затрудн яюсь отве- тить

**10. Оцените, какая часть горожан знает разницу между Главой администрации города и Главой города:**

5%      15%      25%      50%      75%      100%      Другое (впишите)

**11. Что мешает развитию формированию положительного образа В.М. Павлова? (впишите)**

**12. Ваши предложения по формированию положительного образа идеального Главы администрации Твери: (впишите)**

**13. Как сказал В. Бабичев, от нового Главы администрации Городская дума ждет эффективной хозяйственной работы, а не политической деятельности. Главой Администрации должен быть не политический лидер, а человек, который сможет привести город в порядок. Ведь городское хозяйство находится в упадке. Он должен будет работать так, чтобы даже летом была горячая вода, а зимой дороги чистились. **Согласны ли Вы с этим? Действительно ли именно этого ждут горожане?****

- а) да, это так
- б) нет, да и горожане думают иначе
- в) должен уметь и то, и другое
- г) затрудняюсь ответить
- д) другое (впишите)

**14. С Вашей точки зрения, какие факторы наиболее сильно влияют на процесс складывания имиджа руководителя администрации города Твери?(выберите 3 варианта)**

- а) профессиональная деятельность
- б) личностные качества
- в) гражданская позиция
- г) связи и хорошие отношения с областным руководством
- д) самореклама и ПР-деятельность соответствующих структур
- е) освещение работы руководителя администрации города Твери в местных СМИ
- ж) освещение работы руководителя администрации города Твери в центральных СМИ
- з) другое (впишите).

6. Основные функции имиджа: номинативная – имидж обозначает, выделяет, дифференцирует личность политика в среде других, демонстрирует лучшие качества, подчеркивая достоинства; эстетическая – имидж вызывает впечатление, производимое на публику лидером; адресная – имидж связывает целевую аудиторию, отвечая на запрос электората; коммуникативная – обеспечивает эффективность информации, облегчающей ее восприятие и «режим наибольшего благоприятствования» и этим подготавливает почву для формирования установки на выбор именно этого кандидата. Раскройте эти функции применительно к рекламной деятельности.

7. Выделяют следующие этапы конструирования рекламного имиджа политики: определение требований аудитории (ее сегментов), сравнение реальных качеств кандидата с ожиданиями аудитории, отбор тех характеристик, которые востребованы жизнью и имиджем, перевод выбранных характеристик в разные знаковые контексты. Сравните данные этапы с этапами рекламной кампании в сфере культуры и т.д., найдите сходства и отличия.

8. Опишите особенности политической рекламы различных субъектов:

Субъекты политики	Государство	Политические партии	Профсоюзы	Политические лидеры	Другое (впишите)
Критерии сравнения					
Цель					
Средства					
Другое (впишите)					

### Тест

1. Работа по созданию имиджей людей и организаций стали профессией специалистов по:

- а) связям с общественностью
- б) рекламе
- в) социальной инноватике

2. Имиджмейкер – это специалист по:

- а) разработке PR-технологий
- б) культурологии
- в) компьютерной графике
- г) созданию имиджа людей и организации.

3. Работа по созданию имиджей людей и организаций стала профессиональной деятельностью, особых специалистов:

- а) имиджмейкеров
- б) маржинистов
- б) маклеров

4. Параметр, по которому определяется популярность программы, станции, политической партии и т.д.:

- а) рентинг
- б) рейтинг
- в) реинжиниринг

5. Социальный субъект, которого в журналистском корпусе принято рассматривать в качестве привычного и достоверного источника информации:

- а) ньюсмейкер
- б) лидер мнений
- в) спичрайтер

г) специалист по связям с общественностью

5. Свойство некоторых лидеров внушать своим последователям веру в их сверхъестественные способности:

- а) урбанизм
- б) магия

- в) харизма
- г) субкультура

**6. Вид коммуникации, заключающийся в обсуждении, сопоставлении различных мнений для выработки общего мнения:**

- а) реклама
- б) дискриминация
- в) выборы
- г) дискурс

**7. Специалист, компетентность которого позволяет успешно решить трудноформализуемую задачу при оценке эффективности рекламных текстов:**

- а) лидер
- б) модератор
- в) инноватор
- г) эксперт

**8. Работа по созданию имиджей людей и организаций стали профессией специалистов по:**

- а) связям с общественностью
- б) рекламе
- в) социальной инноватике

**9. Имиджмейкер – это специалист по:**

- а) разработке PR-технологий
- б) культурологии
- в) компьютерной графике
- г) созданию имиджа людей и организации

### **Требования к рейтинг-контролю**

Рейтинговый контроль знаний осуществляется в соответствии с Положением о рейтинговой системе оценки качества учебной работы студентов ТвГУ.

Качество усвоения студентами учебной дисциплины оценивается по 100 балльной шкале. Из них 60 (100 – при зачете) рейтинговых баллов составляет максимальная оценка учебной работы студентов в течение семестра, а 40 рейтинговых баллов составляет максимальная оценка на курсовом экзамене.

Рейтинговые баллы, выделенные для оценки текущей работы студентов (60 баллов) распределяются между модулями (2 модуля в семестр).

Реферат, эссе – до 10 баллов.

Ответ на вопрос темы в виде доклада на семинарском занятии – до 5 баллов.

Решение задач, выполнение проблемных заданий и др. – до 5 баллов.

Активное участие в работе семинара (вопросы, обсуждение, дополнение и проч.) – до 3 баллов.

### **VII. Материально-техническое обеспечение**

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, практических занятий, выполнения курсовых работ, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой

аудитории. Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие примерным программам дисциплин (модулей), рабочим учебным программам дисциплин (модулей). Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

Электоральная социология	<i>Учебная аудитория № 240 (170100, Тверская область, г. Тверь, пер. Студенческий, д.12)</i>	Столы, стулья, доска, переносной ноутбук, переносной проектор, переносной проекционный экран.	Adobe Acrobat Reader DC – бесплатно Google Chrome – бесплатно Kaspersky Endpoint Security 10 для Windows – Акт на передачу прав №2129 от 25 октября 2016 г. Многофункциональный редактор ONLYOFFICE ОС Linux Ubuntu
	<i>Учебная аудитория № 316 (170100, Тверская область, г. Тверь, пер. Студенческий, д.12)</i>	Столы, стулья, доска, переносной ноутбук, переносной проектор, переносной проекционный экран.	Adobe Acrobat Reader DC – бесплатно Google Chrome – бесплатно Kaspersky Endpoint Security 10 для Windows – Акт на передачу прав №2129 от 25 октября 2016 г. Многофункциональный редактор ONLYOFFICE ОС Linux Ubuntu
	<i>Учебная аудитория № 417 (170100, Тверская область, г. Тверь, пер. Студенческий, д.12)</i>	Столы, стулья, доска, переносной ноутбук, переносной проектор, переносной проекционный экран.	Adobe Acrobat Reader DC – бесплатно Google Chrome – бесплатно Kaspersky Endpoint Security 10 для Windows – Акт на передачу прав №2129 от 25 октября 2016 г. Многофункциональный редактор ONLYOFFICE ОС Linux Ubuntu

Электронно-библиотечная система и электронная информационно-образовательная среда обеспечивают одновременный доступ не менее 50 процентов обучающихся. Обучающиеся обеспечены доступом к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам. Имеющаяся инструментальная база: Персональные компьютеры. Принтеры. Круглосуточный выход в интернет. Программа SPSS. Сканер. Компьютерные классы с постоянным выходом в Интернет.



Открыт доступ к ЭБС «ИНФРА-М».  
Открыт тестовый доступ к ЭБС ЮРАЙТ  
Открыт тестовый доступ к ЭБС «АЙБУКС»  
Виртуальная выставка Издательства «ЮРАЙТ»  
Бесплатный доступ к коллекциям издательства Springer  
Открыт доступ к ЭБС «Университетская библиотека онлайн»  
Доступ к электронной базе данных диссертаций РГБ  
Доступ к ЭБС «Лань»  
Доступ к архивам научных журналов издательства Oxford University Press  
Доступ к журналам издательства «Эльзевир» (Elsevier)

### **VIII. Сведения об обновлении рабочей программы дисциплины**

№ п.п.	Обновленный раздел рабочей программы дисциплины	Описание внесенных изменений	Реквизиты документа, утвердившего изменения
1			
2			