

**Сравнительный анализ рейтинговой ситуации кандидатов в Президенты  
РФ до и после выборов**

*Малашонок Софья Геннадьевна*

*Студент*

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова,*

*Социологический факультет, Москва, Россия*

*E-mail: tmbsophi93@mail.ru*

Современная российская действительность предоставляет социологам богатую пищу для размышлений. Кажущийся внезапным скачок общественной активности, связанный с выборами в Государственную Думу РФ 2011 г., - яркий тому пример. Вне всякого сомнения, грядущие президентские выборы окажутся не менее интересными с точки зрения социологического анализа. Представляется особенно ценным попробовать исследовать восприятие обществом связанных с президентской гонкой политических феноменов. Отдельного внимания достойны и различные проявления «уличной» политики, и реакция «интернет-общественности» на избирательную кампанию, и многие другие аспекты. Однако в рамках данной работы хотелось бы провести сравнительный анализ перемен в общественном отношении к кандидатам в Президенты РФ, выраженных в изменениях их рейтингов до и после выборов.

Актуальность исследования такого рода трудно переоценить. Вне зависимости от имеющихся оценок будущих выборов, нельзя не признать, что уровень общественной активности, сопровождающей текущую предвыборную кампанию, является беспрецедентным для последнего десятилетия, а, возможно, и для всей постсоветской истории России. Во-первых, исследования, приближающие нас к пониманию сути этого общественно-политического процесса, окажутся полезными для составления прогнозов дальнейшего развития российской политической ситуации. Во-вторых, президентская гонка предоставляет отличную возможность апробации предлагаемого методологического аппарата на актуальном сюжете жизни российского общества.

Разумеется, в силу специфики выбранной темы, исследование будет являться в известной степени первопроходческим. При этом, однако, автор планирует опираться на аналогичные исследования российских и зарубежных ученых.

Источниками для данного исследования станут статистические данные о рейтингах кандидатов до и после выборов, представленные в отчетах российских центров изучения общественного мнения (ВЦИОМ, Левада-центр и др.).

Объектом исследования является отношение общества к политическим деятелям, участвующим в президентской кампании. Изменения в рейтингах кандидатов составляют предмет исследования.

Цель исследования заключается в полном и всестороннем (насколько это возможно в рамках студенческой работы) анализе рейтинговой ситуации и объяснении сути ее перемен. Для достижения данной цели необходимо будет выполнить следующие задачи:

1. Собрать данные о рейтинге кандидатов в преддверии выборов;
2. Собрать данные о рейтинге кандидатов после выборов;
3. Сравнить два типа показателей;
4. Сделать выводы о характере изменений;

5. Предложить объяснение зафиксированным явлениям.

Предварительный план исследования будет в целом соответствовать выше приведенному списку задач. Ключевым для первого этапа данной работы будет метод сравнительного анализа. Объяснение замеченных колебаний рейтингов невозможно без применения историко-системных методов описательного и аналитического характера, которые позволят связать замеченные изменения с конкретно-историческими реалиями российской общественной жизни.

Основная гипотеза такова: рейтинг победившего кандидата должен повыситься, в то время, как рейтинги проигравших кандидатов должны упасть (это означало бы, что одобренный большинством посредством демократической процедуры кандидат принят обществом, что позволяло бы судить о степени включенности демократических институтов в российскую политическую жизнь). Альтернативные гипотезы таковы:

1. Рейтинг победившего кандидата упадет, в то время как рейтинг проигравших повысится.

2. Рейтинги кандидатов до и после выборов не претерпят существенных изменений.

В заключение хотелось бы отметить очевидные ограничения данного подхода. Во-первых, заметно противоречие между заявленной в цели исследования претензии на полноту и всеохватность и сужением до проверки одной гипотезы по одному индикатору (политическому рейтингу). Такая узость объясняется рамками студенческой работы и существующими временными ограничениями, однако автор будет стараться по возможности преодолевать эти рамки. Во-вторых, соответствие выводов реальности будет во многом зависеть от надежности предоставляемых центрами исследования общественного мнения данных. Компенсировать возможную недобросовестность или ангажированность источников планирует путем использования данных нескольких центров.

### Литература

1. Аверин Ю.П. Теоретическое построение количественного социологического исследования: учебное пособие. – М. : КДУ, 2009. – 440 с.
2. Добреньков, В.И. Методология и методика социологического исследования / В.И. Добреньков, А.И. Кравченко. - М.: ИНФРА-М, 2009. – 768с.
3. Ядов В.А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности / В. А. Ядов. - 3-е изд., испр. - Москва: Омега-Л, 2007. - 567 с.
4. Общественное мнение: методологические рекомендации для проведения социологических опросов/Под ред. Ж.Т. Тощенко. М., 1980.
5. Аналитический центр Юрия Левады (Левада-центр).
6. Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ)
7. Центр А. Киссельмана (Санкт-Петербург)
8. <http://www.carnegieendowment.org>
9. [www.ratinggroup.com.ua](http://www.ratinggroup.com.ua)