



УДК 329.12

УЧАСТИЕ СМИ В ФОРМИРОВАНИИ «ФОРУМНЫХ» СВОЙСТВ МОТИВАЦИИ ЭЛЕКТОРАЛЬНОГО ВЫБОРА В ЛИБЕРАЛЬНО-ДЕМОКРАТИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКЕ

А. И. Камалетдинова

Самарский государственный университет
E-mail: alsoy08@mail.ru

В статье рассмотрены особенности применения информационно-коммуникативных технологий в интернет-пространстве в электоральных процессах для воздействия на мотивацию голосования избирателей. Условно они обозначены как медийные «форумные» механизмы воздействия, основанные на использовании в ходе избирательной кампании разнообразной информации, не имеющей отношения к непосредственным интересам рядового избирателя. Данный фактор определен автором как «форумное» свойство мотивации электорального выбора.

Ключевые слова: информационно-коммуникативные технологии, интернет-пространство, электоральные процессы, мотивация голосования.

Participation of Media in Formation of “Forum” Properties of Motivation of the Electoral Choice in Liberal and Democratic Policy

A. I. Kamaletdinova

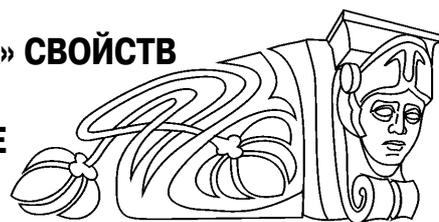
In article features of use of information and communicative technologies in Internet space in electoral processes for impact on motivation of vote of voters are considered. Conditionally they are designated as the media “forum” mechanisms of influence based on use during the electoral company of the various information which does not have relations to direct interests of the ordinary voter. This factor is defined by the author as “forum” property of motivation of the electoral choice.

Key words: information and communicative technologies, Internet space, electoral processes, motivation of vote.

DOI: 10.18500/1818-9601-2017-17-2-225-230

Одной из актуальных проблем современной политологии является возможность свободного и осознанного волеизъявления граждан во время выборов. Большинство исследователей акцент делают на том, что серьезным препятствием такому волеизъявлению становятся манипулятивные информационно-коммуникативные технологии¹. С этим нельзя не согласиться, но, тем не менее, есть еще одна проблема, которая гораздо меньше привлекает внимание отечественных политологов. Суть ее связана с тем, что изменения политической культуры современных обществ нередко происходят быстрее, чем на них успевают реагировать теория и практика применения электоральных технологий.

Эта тенденция прослеживается сегодня в развитии всех политических систем, либераль-



но-демократических в особенности. Следствием являются «неожиданные» и «непредсказуемые» результаты избирательных кампаний, когда свою долю политической власти получают партии и лидеры, которые, по всем технологическим условиям либеральной политики, на эту долю, казалось бы, претендовать не могли. Неожиданность результатов избирательных кампаний рождает в обществе естественные сомнения в их легитимности, а сомнения выливаются в гражданские конфликты. В последние десятилетия по всему миру там, где к демократическим выборам прибегают как к средству легитимации власти и стабилизации политической ситуации, все чаще по следам этих выборов социально-политическая нестабильность, а также недоверие граждан к политическим элитам только усиливаются. Следствием борьбы обществ и элит за легитимность и демократию становятся «цветные» революции, «весны» и «майданы».

На этом фоне ситуация в российском электоральном процессе выглядит более предсказуемой и стабильной. Это свойство электорального процесса в России наглядно продемонстрировали результаты выборов в Государственную думу и местную законодательную власть осенью 2016 г. Однако проблема заключается в ответе на вопрос: каковы возможности российской социально-политической системы и дальше развиваться в общем со всем миром либерально-демократическом тренде и в то же время оставаться вне зоны действия тенденции, которую политологи обобщенно именуют «кризисом современной либеральной демократии»?

Одним из важных ресурсов социально-политической системы, обеспечивающих ее податливость на внешние влияния либо устойчивость к ним, является электоральный выбор граждан и его структура. Еще более важно то, каким образом этот выбор формируется. Понимание особенностей современных механизмов формирования мотивации электорального выбора позволяет понять и природу его предсказуемости либо непредсказуемости. В анализе и оценках этой природы современная политическая наука часто ориентируется на классические модели мотивации голосования, в основании которых заложено представление, что каков политический интерес гражданина, таков и его электоральный выбор.

В принципе, такая логика рассуждения справедлива и подтверждается результатами из-



бирательных кампаний в нашей стране и по всему миру. Тем не менее, эта логика не учитывает (точнее – относит к разряду случайностей) некоторые факторы, которые (в последнее десятилетие особенно заметно) стали как бы вклиниваться между политическим интересом гражданина и его электоральным волеизъявлением и деформировать их линейную связь. Одной из таких «случайностей» в структуре анализа мотивации электорального выбора предстает хаотичное (для наблюдающего за ними рядового гражданина) возрастание по ходу избирательной кампании количества информации, имеющей отношение к чему угодно, только не к непосредственным интересам рядового избирателя. Условно данный мотивационный фактор можно обозначить как «форумное» свойство электорального выбора.

Прежде всего, это информация, связанная со взаимной компрометацией субъектов, участвующих в электоральном процессе, с поиском внутренних и внешних врагов, раскрытием политических «заговоров». Такой информацией СМИ предельно агрессивно «накачивают» пространство политических коммуникаций до критических значений, при которых происходит подавление потоком информации интереса избирателя к ее конкретному содержанию. Избиратель утрачивает всякий интерес к содержанию информации как критерию ее достоверности и даже интерес к тому, чтобы оценивать эту информацию как влияющую на его электоральный выбор положительно либо отрицательно. Он в своем электоральном выборе руководствуется вполне рациональной в такой ситуации логикой: если в содержании разнородной и противоречивой информации нет правды о политике, то ее «индикатором» может служить простое количество информации.

Либеральная политика изначально основана на постоянных апелляциях ее участников к «общественному мнению». В современном либерально-демократическом обществе его выразителями признается не только статистическое большинство, но и представители определенных социальных групп, идентифицирующих себя по определенным признакам и соответствующим интересам. В этой связи определение выразителя «общественного мнения» и, соответственно, правой стороны в политическом взаимодействии по количественному критерию является естественной предпосылкой для формирования гражданской позиции избирателя.

Если в пространстве коммуникаций какое-то суждение (чаще всего стереотипное) о каком-либо предмете высказывается наибольшее количество раз с наибольшей частотой, то для гражданина, безразличного к содержанию высказывания, оно служит своеобразным маркером. По этому (нередко неосознаваемому) маркеру он и определяет свой «личный» сегмент политического пространства. Он должен быть частью того

пространства политики, в котором политическая жизнь, как ему кажется, идет наиболее активно и где «все определяет общественное мнение». Он может быть и не согласен с содержанием этого мнения, но он видит смысл реализации своего гражданского потенциала в том, чтобы быть участником «большой политики» и в одной системе коммуникаций с теми, кто, как ему кажется, творит такую политику.

Другими словами, для избирателя нарастание количества информации в одном из сегментов политического пространства (по ходу избирательной кампании, например) является простым сигналом, в какую сторону, образно выражаясь, смещаться со своими электоральными предпочтениями, чтобы не остаться за пределами «большой политики» и «общественного мнения». Именно на этом основана мотивация голосования из-за боязни «утраченного голоса». В результате, мотивация выбора избирателя перемещается из сегмента политического пространства, где находятся его естественные политические и экономические интересы, в тот сегмент, где он просто чувствует себя комфортнее как гражданин и приверженец демократических принципов, где он ощущает себя востребованным в качестве реального участника «большой политики».

Не случайно, как представляется, сегодня особенно зримо возрастает значение электронных СМИ как участника избирательных кампаний и важнейшего фактора формирования электорального выбора. Происходящее сегодня в медийном пространстве избирательных кампаний по всему миру очень напоминает то, что обычно имеет место при обсуждении политических и неполитических новостей на различных интернет-форумах. Для участников обсуждения не столь важно вникнуть в суть проблемы, взвесить все плюсы и минусы тех или иных ее трактовок. Для них важнее воспользоваться ею как поводом для заявления, как можно более многократного, о своем интересе к этой проблеме и о своей компетентности в ней и в ответ получить признание со стороны как можно большего числа пользователей.

В свете сказанного выглядит уместным использование термина «форумные свойства» для обозначения новых характеристик электорального выбора граждан и специфики механизма, посредством которого этот выбор осуществляется.

Как на практике работают эти медийные «форумные» механизмы и как обнаруживаются соответствующие свойства электорального выбора, наглядно продемонстрировали последняя кампания по выборам президента США в ноябре 2016 г. и проявивший себя «парадокс Трампа», когда большая часть политического истеблишмента и экспертного сообщества прогнозировала победу одного кандидата, а избиратели выбрали другого. На наш взгляд, во многом это произошло потому, что в своем выборе ориентирова-



лись больше на интенсивность информационных потоков в ходе избирательной кампании, на их направленность усилиями СМИ в определенный сегмент политического пространства, а не на содержание, достоверность или недостоверность той или иной политической информации.

Противниками Д. Трампа был задействован весь стандартный и привычный для американского электората набор медийных технологий. На этом основывалась, как можно предположить, уверенность сторонников Х. Клинтон в ее победе. Выиграл, тем не менее, Д. Трамп. Журналисты и политические эксперты по свежим следам выбора американского электората, неожиданного для многих, предложили разные и, по большей части, оправданные объяснения этой ситуации. Эксперты говорили о протестном голосовании части электората, уставшего от власти американского «истэблшмента», о том, что социологические прогнозы давали заведомо неверную картину электорального выбора, так как избиратели «стеснялись» публично признаваться в симпатиях к Д. Трампу, о накопившейся «усталости» и «злости» избирателя на всю систему либеральных институтов, политику глобализации и т. д.² Российские эксперты, по большей части, повторяли аргументацию американских коллег.

Не многие отечественные и американские аналитики обратили в этой связи внимание на то, какую роль в формировании предпочтений электората сыграли количественно большие объемы информации, сконцентрированные усилиями СМИ в одной части политического пространства, для которой маркером была фигура Д. Трампа. Объемы, на которые, как на критерий серьезности и значимости фигуры Д. Трампа, ориентировался электорат, не искушенный в понимании логики политических процессов и внутриэлитарных конфликтов и не способный в силу недостатка теоретических знаний и практических навыков участия в гражданской жизни содержательно сформулировать свои запросы к политике.

Когда американские социологи у избирателя перед выборами спрашивали его мнение о личных качествах, плюсах и минусах того или иного кандидата, он высказывался против Д. Трампа, даже если и не за Х. Клинтон. На это ориентировалась вся американская и даже российская электоральная прогностика. Когда же наступал момент осуществления электорального выбора как акта солидарности человека с тем сегментом политического пространства, в котором накопилась критическая масса информации и где, соответственно, творится «настоящее» общественное мнение и «настоящая» демократическая политика, то гражданин отдавал свой голос за Д. Трампа, которого СМИ превратили в маркер всего «настоящего» в американской демократии. СМИ валом информации о Д. Трампе подавили

в американском избирателе ощущение потребности делать выбор сознательно, а не на основе концентрации информационного шума, создаваемого СМИ, в одной части электорального пространства.

Тот факт, что количество информации, ее концентрация в электронных СМИ и на интернет-форумах вокруг обсуждения личности Д. Трампа сыграли в электоральном выборе американцев роль большую, чем ее качество и содержание, подтверждают американские наблюдатели. В частности, американский финансист Лоуренс Макдональд, выступая в Москве на конференции «Глобальная экономика и финансовые рынки в эпоху неопределенности: сценарии и прогнозы», отметил тот факт, что рядовые, особенно молодые американцы разочарованы в официальных СМИ как ограниченном, а потому не вызывающем доверия источнике информации. В связи с этим американцы предпочитают в качестве источника политических новостей Интернет, где объемы информации формально никем и ничем не ограничены и где можно свободно солидаризоваться с любым интернет-сообществом. Они, по мнению американского эксперта, воспринимают эту информацию как более полезную и значимую для своего гражданского самочувствия, независимо от ее достоверности либо фейковости³.

В том же ключе интерпретирует ситуацию противник Д. Трампа известный американский кинорежиссер-документалист Майкл Мур. Он еще до президентских выборов считал вероятным, что «американцы могут проголосовать вопреки пропаганде, которая раздражает»⁴. Он, призывая сограждан не голосовать за Д. Трампа, приводил им в пример конкретную ситуацию общения с конкретным избирателем, который подошел к нему после очередного шоу: ««Майк, – сказал он. – Нам нужно проголосовать за Трампа. Мы должны потрясти мир». Ему этого достаточно – «потрясти мир». Президент Трамп победит – и немалая часть электората с удовольствием займет места на трибунах, чтобы посмотреть это реалити-шоу». Многие придут голосовать за Трампа «просто потому, что они могут это сделать»⁵.

М. Мур моделирует новое качество электорального выбора американцев, которое определяет их желание быть там, где нарастающие объемы политической информации и гиперактивность СМИ выдают наличие либо перспективу «настоящей демократии» и «настоящей политики». М. Мур, как сознательный и творчески мыслящий гражданин, выражает полное свое разочарование в американском электорате, который почти рефлекторно реагирует на гиперактивность СМИ в привлечении его внимания к фигуре Д. Трампа и потому идет за Д. Трампом: «Этот аудсайдер, Дональд Трамп, пришел все здесь очистить! Вам не нужно с ним соглашаться»



ся! Вам даже не нужно симпатизировать ему! Но он – ваш личный коктейль Молотова, которым можно бросить прямо в гущу этих уродов, которые сделали это с вами! ЗАЯВИТЕ О СЕБЕ! СДЕЛАЙТЕ ЭТО С ТРАМПОМ»⁶.

С мнением кинорежиссера согласен другой американский аналитик: «Вот как люди принимают решения. У них нет хороших источников информации, у них есть много претензий, и они ненавидят кандидата от олигархии. И именно поэтому они поддерживают Трампа»⁷. Российский наблюдатель по поводу этих откровений американских аналитиков заметила: «Сегодня слушала комментарии американского политолога о причинах победы Трампа на выборах президента США. Он рассказал, что еще на том этапе, когда кандидатов было много, Трамп стал любимцем журналистов, поскольку выдавал новостные поводы в два раза больше, чем его конкуренты. За месяцы предвыборной гонки его здорово “раскрутили” таким образом»⁸.

Эта ситуация наглядно демонстрирует масштаб и характер того риска, который российской политической системе пока удается обходить. Риска переключения электората, находящегося под информационным прессингом СМИ, с обдумывания разных аспектов электоральной конкуренции по поводу важнейших общественных проблем вообще, на почти рефлекторные реакции на различные маркеры «настоящей демократии», «настоящего лидера», «настоящего патриотизма», «настоящей справедливости», «настоящей заботы о народе» и т. д., конструируемые демократическими СМИ.

Возможно, если этот риск видеть и понимать его природу, это и дальше позволит нашей социально-политической системе меньше сталкиваться с «неожиданным» поведением электората и как-то быть готовой к таким «неожиданностям». Пока что минимизировать этот риск помогает иное, чем на Западе, понимание отечественным медийным сообществом того, что такое свобода слова и демократичность. Другой фактор – относительно низкий уровень политической активности электронных СМИ как той среды, в которой формируется «форумная» стилистика мышления рядовых граждан. В последнее десятилетие электронные СМИ в нашей стране развивались ударными темпами и приобрели широкую аудиторию пользователей. Тем не менее, в рейтингах интереса и доверия российского избирателя к разным источникам получения качественной политической информации на первом месте устойчиво фигурирует телевидение, причем федеральное, а Интернет занимает одно из предпоследних мест⁹.

Естественно, что картина предпочтений избирателем разных медийных технологий будет меняться в зависимости от того, говорим ли мы о молодом, или возрастном гражданине. Но в целом она сильно отличается от зарубежных об-

разцов именно в ту сторону, что в сопровождении российской политики доминируют СМИ, которые настраивают сознание избирателя на размышления о достоверности и недостоверности, о содержании политической информации, а не те СМИ, которые просто требуют быстрых реакций от пользователя информационного ресурса в постановке «лайков» и в сообщении как можно большему числу пользователей ресурса о том, что ты здесь и ты «в теме»¹⁰.

Это, возможно, объясняет устойчивое стремление российского избирателя согласовывать личный политический выбор со своими долгосрочными политическими интересами (в частности, интересами к политической и экономической стабильности, внешней безопасности) больше, чем с той медийной повесткой, которую СМИ, особенно электронные и потому менее официальные, не так, конечно, активно, как американские, но формируют по ходу избирательных кампаний. Отсюда, вероятно, впечатление «скучности» выборов в ГД РФ и региональные законодательные собрания осенью 2016 г., сложившееся у отечественных политологов¹¹. Эффект «скучности» возник, вероятно, не случайно. В предшествующий выборам период относительной экономической и политической стабильности у российского электората возник вкус к этой стабильности. На этот вкус избирателя сделала ставку основные политические партии, за исключением либеральных, и выиграли выборы. А СМИ не разрушили у избирателя этот вкус, не предложили повестки, ориентирующей избирателя на повышенную протестную активность.

Вместе с тем есть и тревожные симптомы. Политолог А. Г. Чернышов прогнозирует важную, на наш взгляд, тенденцию к разбалансировке количественных и качественных показателей информационных потоков в пространстве российской политики. Он отмечает, что сегодня в России «наблюдается практика инкубирования и взращивания крикливых и пустопорожних дискуссий – без полутонов, на полярных позициях: “патриоты – либералы”, “красные – белые” и т. д., отвлекающих внимание обывателя на второстепенные темы. При этом сознание масс “раздваивается” по полюсам, революционизируется вне зависимости от установок политических штабов и управленческих центров принятия решений в формате “свой – чужой”. Тем самым теряется смысловая, этическая и нравственная основа диалога, и в конечном итоге наблюдается его купирование рамками формально заданной “сверху” “стерильной” повестки дня. Как мы понимаем, долго в таком закрытом формате процесс осмысления действительности существовать не может, и это приведет к поиску выхода неумной творческой активности. И тут важно не довести ситуацию до того состояния, что придется впопыхах скидывать крышку с бурлящего



котла или торопиться открыть “последний клапан”, чтобы выпустить пар, готовый взорвать механизм изнутри»¹².

Отечественные социологи давно фиксируют парадокс: российские избиратели достаточно основательно не доверяют содержанию информации, политической прежде всего. Они, тем не менее, в своем отношении к информации не возражают против принципа «чем больше, тем лучше»¹³. Чаще всего исследователи позитивно оценивают этот запрос граждан на большее количество политической информации. И даже сетуют, что спрос на политическую информацию в российском социуме мог быть больше. Они видят в таком спросе некий индикатор зрелости гражданского самосознания российского электората и перспективу налаживания устойчивых коммуникаций между властью и обществом¹⁴.

Этому парадоксу дается объяснение в том смысле, что таким образом российский гражданин заявляет о своем праве и желании самостоятельно решать, какая информация достоверна, а какая нет. Но какой гражданину смысл работать с содержанием информации, тратить на это силы, время и интеллект, если он априори не доверяет источнику ее получения? При этом специалистами по информационной политике обычно не ставится вопрос о том, что у российского гражданина после определенного информационного насыщения и пресыщения, как это показывает пример США, может измениться само понимание того, что есть политическая информация. Если гражданина убедить, что главное – это количество информации, получаемой им от власти и общества, а не ее качество, то он будет в своем политическом участии руководствоваться количественным критерием.

С нашей точки зрения, возможно, в этих требованиях российского электората проявляется его нарастающая индифферентность к содержанию политической информации, основанная (как это наблюдается сегодня и в США) на изначальной уверенности в ее агитационном и фэйковом характере. Такой вывод вполне коррелирует с выводом тех же исследователей, что в российском обществе наблюдается усталость от бесконечного тиражирования СМИ содержательно однородной информации¹⁵. Исследователи констатируют: «...отношение к СМИ амбивалентно. В нем сочетаются внушаемость и подозрительность»¹⁶.

Это если не симптом, то предпосылка для того, что во вполне обозримой перспективе если не весь российский электорат, то какая-то немалая его часть может изменить парадигму своего электорального выбора. А если конкретнее – то ценить количество политической информации, агрессивность ее подачи СМИ и концентрацию ее усилиями СМИ в определенных сегментах политического пространства как ориентир для

своего политического выбора, больше, чем ее качество. Сегодня изучение политологами информационной политики в РФ легитимирует средствами науки движение массового сознания российского электората в этом направлении. Если российский гражданин, подобно американскому, не будет понимать смысла происходящего вокруг него, но будет уверен, что он «в курсе» всего главного и «настоящего» в политике, риск потери российской социально-политической системой нынешней относительной стабильности может вырасти.

Примечания

- 1 См.: *Вилков А. А.* Избирательные технологии : проблема эффективности и политических последствий // *Власть*. 2003. № 4. С. 17–18.
- 2 См.: Эффект Трампа : в чем причины победы вопреки всему. URL: www.bfm.ru/news/338295 (дата обращения: 15.02.2017) ; Эксперт объяснил причину победы Трампа на выборах президента США : «Избиратель, простой народ, любит таких обиженных». URL: <http://www.mk.ru/politics/2016/11/09/ekspert-obyasnil-prichinu-pobedy-trampa-na-vyborakh-prezidenta-ssha.html> (дата обращения: 15.02.2017).
- 3 См.: *Макдональд Л.* Реальные причины победы Трампа. URL: <http://planet-today.ru/geopolitika/item/60166-realnye-prichiny-pobedy-trampa> (дата обращения: 15.02.2017).
- 4 *Льюкко Л.* Шесть причин для победы Трампа. URL: <http://stockinfocus.ru/2016/11/02/shest-prichin-dlya-pobedy-trampa> (дата обращения: 15.02.2017).
- 5 Майкл Мур : 5 причин, почему Дональд Трамп победит на выборах. URL: <http://www.forumdaily.com/5-prichin-pobedy-trampa-michael-mur/> (дата обращения: 15.02.2017).
- 6 Там же.
- 7 Пол Крейг Робертс : Истинная причина победы Трампа. URL: <http://katehon.com/ru/article/istinnaya-prichina-pobedy-trampa> (дата обращения: 15.02.2017).
- 8 Почему Дональд Трамп победил и стал президентом США? Причины победы Трампа? // Большой вопрос.Ru. URL: <http://www.bolshoyvopros.ru/questions/2257902-pochemu-donald-tramp-pobedil-i-stal-prezidentom-ssha-prichiny-pobedy-trampa.html> (дата обращения: 15.02.2017).
- 9 См.: Доверие российским СМИ. Объективны ли СМИ в освещении событий? И стоит ли им быть более критичными к властям? URL: <http://fom.ru/posts/12140/> (дата обращения: 17.02.2017) ; СМИ в России : потребление и доверие. Пресс-выпуск № 2829. URL: <http://wciom.ru/index.php?id=236&uid=115248> (дата обращения: 17.02.2017) ; Влияние СМИ на голосование. URL: <http://www.levada.ru/tag/vybory/page/2/> (дата обращения: 17.02.2017).
- 10 См.: *Новгородцева А. Н.* Социальные сети как канал социально-политической коммуникации. URL: http://elar.urfu.ru/bitstream/10995/32350/1/klo_2015_201.pdf (дата обращения: 12.02.2017).



- ¹¹ См.: *Винокурова Е.* Вяло, неинтересно, местами весьма драматично. Ожидания и реальность парламентской кампании 2016 года. 14 Сентября 2016. URL: https://www.znak.com/2016-09-14/ozhidaniya_i_realnost_parlamentskoy_kampanii_2016_goda (дата обращения: 12.02.2017).
- ¹² *Чернышов А. Г.* Революция и государства в XXI веке : борьба за нравственный императив в политике и общественной жизни // *Власть.* 2017. № 2. С. 7.
- ¹³ См.: Отношение населения страны к средствам массовой информации и их содержанию. Дополнительная справка к результатам исследования, 20.11.2010. URL: <http://www.zircon.ru/upload/iblock/732/101120.pdf> (дата обращения: 12.02.2017).
- ¹⁴ См.: *Дзялошинский И. М.* Информационная открытость власти как основа публичной политики // Электронная библиотека «Гражданское общество». URL: https://www.civisbook.ru/files/File/Dzyalosh_inf_otkr.pdf (дата обращения: 12.02.2017).
- ¹⁵ Там же.
- ¹⁶ *Басина Е.* Некоторые аспекты отношения российских граждан к СМИ. URL: http://www.dzyalosh.ru/01-comm/books/vologda/1_basina.html (дата обращения: 12.02.2017).

Образец для цитирования:

Камалетдинова А. И. Участие СМИ в формировании «форумных» свойств мотивации электорального выбора в либерально-демократической политике // *Изв. Саратов. ун-та. Нов. сер. Сер. Социология. Политология.* 2017. Т. 17, вып. 2. С. 225–230. DOI: 10.18500/1818-9601-2017-17-2-225-230.

Cite this article as:

Kamaletdinova A. I. Participation of Media in Formation of “Forum” Properties of Motivation of the Electoral Choice in Liberal and Democratic Policy. *Izv. Saratov Univ. (N. S.), Ser. Sociology. Politology,* 2017, vol. 17, iss. 2, pp. 225–230 (in Russian). DOI: 10.18500/1818-9601-2017-17-2-225-230.
