

ОРИГИНАЛЬНАЯ СТАТЬЯ

DOI: 10.26794/2226-7867-2021-11-3-59-65
УДК 32(045)

Технология воздействия в современных политических коммуникациях: психологические основания

С.В. Лебедев

политический консультант, Москва, Россия
<https://orcid.org/0000-0001-8228-2256>

АННОТАЦИЯ

Автор пишет о манипулятивных технологиях, используемых в политических коммуникациях, и осуществляет попытку их интерпретации через призму психологических и антропологических концептов (когнитивная психология, эволюционная психология). В статье рассматриваются такие политические технологии, как «Зона Уэйта», «виктимизационная уния», «семантическое дифференцирование», «торговля страхом», «ложная театрализация», «копченая селедка» и «создание жертвы». Политические технологи анализируют их достаточно поверхностно, не пытаясь понять, каковы глубинные психологические основания их эффективности, поэтому в статье предпринимается попытка разобраться в этом вопросе с опорой на социальную, когнитивную и эволюционную психологию. Автор не претендует на то, что его объяснения будут носить исчерпывающий характер, однако предполагает, что они смогут пролить свет на определенную эффективность приемов медиаманипулирования. Этот вопрос представляется особенно актуальным в связи с тезисом многих специалистов о том, что человечество вступило в новую эпоху медиаманипуляций — эпоху постправды (post-truth era). Представляется, что это обуславливает особую актуальность данной статьи.

Ключевые слова: политические технологии; манипуляции; политические коммуникации; массмедиа; постправда; когнитивные искажения; эвристики

Для цитирования: Лебедев С.В. Технология воздействия в современных политических коммуникациях: психологические основания. *Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета*. 2021;11(4):59-65. DOI: 10.26794/2226-7867-2021-11-4-59-65

ORIGINAL PAPER

Technology Impact in Modern Political Communications: Psychological Grounds

S.V. Lebedev

Political consultant, Moscow, Russia
<https://orcid.org/0000-0001-8228-2256>

ABSTRACT

The author writes about the manipulative technologies used in political communications and an attempt to interpret through the prism of psychological and anthropological concepts (cognitive psychology, evolutionary psychology). The article discusses such political technologies as “Wait Zone”, “Victimisational Snow”, “semantic differentiation”, “Fear trade”, “false theatricalisation”, “red herring”, and “Creating a victim”. Political technologists analyse them quite superficially, not trying to understand the deep psychological foundations of their effectiveness, so an attempt is made to understand this issue with support for social, cognitive, and evolutionary psychology. The author does not claim that his explanations will be exhaustive, but it suggests that they can shed light on the particular effectiveness of media exchange techniques. This issue is particularly relevant in connection with the thesis of many specialists that humanity has entered a new media manipulation era – The post-truth era. It seems that this determines the special relevance of this article.

Keywords: political technologies; manipulation; political communications; mass media; post-truth; cognitive distortions; heuristics

For citation: Lebedev S.V. Technology impact in modern political communications: Psychological grounds. *Gumanitarnye Nauki. Gumanitarnye Nauki. Vestnik Finasovogo Universiteta = Humanities and Social Sciences. Bulletin of the Financial University*. 2021;11(4):59-65. (In Russ.). DOI: 10.26794/2226-7867-2021-11-4-59-65

*Кто умеет вводить толпу в заблуждение,
тот легко становится ее повелителем.*

Густав Ле Бон

ТЕХНОЛОГИИ ПОЛИТИЧЕСКОГО ВЛИЯНИЯ

Список «политических технологий» достаточно обширен. Сведения о них можно почерпнуть из публицистики, а также «методичек», написанных политическими консультантами, которые используют профессиональные жаргонизмы и описывают «внешнюю сторону» технологии, особо не анализируя ее. Более того, попытки анализа, которые они проводят, иногда основываются на дискредитированных псевдонаучных направлениях, например можно встретить работы про НЛП в политической рекламе, 25-й кадр и т.п. [1].

Поэтому в качестве источника сведений о наиболее распространенных технологиях влияния в политике были выбраны книги, написанные сотрудниками научных заведений, имеющими опыт в практической политике.

В.Д. Соловей в своей книге «Абсолютное оружие» отмечает следующие технологии политического влияния (список неполный):

- «Зона Уэйта»;
- виктимизационная уния;
- семантическое дифференцирование;
- трансфер;
- торговля страхом;
- ложная театрализация;
- «копченая селедка» (red herring).

Соловей развивает идею о феномене, который политические консультанты называют «зона Уэйта». Речь идет о некорректном переводе на русский язык фамилии американского политического журналиста и консультанта Теодора Уэйта (Theodore White), автора книги «The Making of the President 1960», получившей Пулитцеровскую премию. При этом в английской литературе не удастся найти понятие «White zone», которое бы имело какой-то политологический смысл, из чего можно сделать осторожный вывод, что «зона Уэйта» — это продукт словотворчества российских политических консультантов и журналистов. Суть зоны Уэйта заключается в том, что «мы подозреваем политиков в обмане, предполагая, что те скрывают подлинный смысл событий» [2]. В более широком смысле под зоной Уэйта понимается определенная конспирологич-

ность общественного сознания, его стремление к поиску тайн и заговоров.

Если обратиться к данным психологии, то концепт «тайны» действительно обладает мощным психологическим зарядом. Исследователи по психологии восприятия окружающей среды считают, что человек со склонностью исследовать тайны имеет эволюционное преимущество перед другими: он начнет исследовать необычную местность, а значит, может найти дополнительные ресурсы, которые повысят его шансы выжить и занять потомство [3].

В общем и целом можно предположить, что интерес к тайнам «вшит» в человеческую психику в силу обозначенных выше эволюционных причин. Поэтому неудивительно, что политика, являющаяся сферой распределения общественных ресурсов, вызывает постоянное стремление искать тайные мотивы, заговоры и т.п. Российская исследовательница С.А. Шомова, ссылаясь на З. Фрейда и его понятие «табу властителей», отмечает, что общество в целом склонно опасаться того, что правители начнут злоупотреблять своей властью [4], а поэтому постоянно подозревает их в тайных мотивах и оппортунистическом поведении.

Поэтому достаточно корявый политтехнологический термин «зона Уэйта» действительно описывает определенный аспект коллективного политического сознания.

Инструментально «зона Уэйта» открывает широкий простор для практики по дискредитации политических оппонентов с помощью обвинения их в преследовании личных эгоистических интересов. Например, сам В.Д. Соловей предполагает, что политика, который выступает против рекламы пива на телевидении (действительно полезное начинание), можно дискредитировать, намекнув, что на самом деле за ним стоит «водочное лобби».

Именно на этом аспекте строится такая технология влияния, как «утечка конфиденциальной информации», популярная в массмедиа. «Конфиденциальная информация» воспринимается общественным сознанием как более достоверная, — в политической психологии даже говорят об «эвристике секретности» [5] — т.е. когнитивном искажении, которое заставляет нас воспринимать «конфиденциальную» информацию как более качественную. Именно с этим, предположительно, связана склонность многих правителей чрезмерно доверять донесениям

своих спецслужб и пренебрегать информацией из публичных источников — ошибка, стоившая Николае Чаушеску государственного поста и жизни¹.

Таким образом, ссылка на «анонимный высокопоставленный источник», «засекреченный отчет, копия которого есть в распоряжении редакции» и другие языковые приемы, придающие сообщаемой информации флер «секретности», автоматически повышают доверие к ней.

Можно предположить, что также с этим связана популярность и живучесть многочисленных «конспирологических документов». При этом сторонники этих теорий не находят странным, что кто-то подробно и тщательно записывает свои планы и оформляет их в целый документ.

Следует отметить, что определенным следствием этой особенности массового сознания является специфическое отношение к коммуникативным практикам власти. С точки зрения массовой психологии истинная власть имеет право «хранить молчание» и не вдаваться в подробные объяснения своей политики. К примеру, А. Михальская формулирует это следующим образом: «предельное выражение принципа манифестации власти — полный отказ от слова» [6]. В качестве примера она приводит речевые стратегии «позднего» Сталина, когда его авторитет как теоретика марксизма и лидера партии уже не подлежал никакому сомнению. И вот любопытный пример: на банкете в честь его 70-летия в 1949 г. Сталин ни проронил ни слова, таким образом заставив приближенных гадать, что они сделали не так.

Представляется, что отчасти поэтому Д.А. Медведев, активно присутствовавший в социальных сетях в период своего президентства, скорее вызывал насмешки интернет-аудитории, нежели уважение за стремление «разъяснить» суть своей политики.

Под «виктимизационной унией» В.Д. Соловей понимает технологию сплочения социальной группы с помощью «единства в жертвенности». Аналогичным образом поиск по англоязычной

¹ По мнению многих историков и политологов, Чаушеску допустил очень грубую ошибку — он получал информацию о положении дел в стране исключительно из докладов спецслужбы Секуритате, которая «рисовала» высокие цифры народной поддержки. «Успешный» диктатор должен иметь несколько конкурирующих друг с другом каналов информации для получения объективной картины происходящего.

политологической литературе демонстрирует, что этот термин является исключительно российским, несмотря на латинские корни. Виктимизационная уния — процесс сплачивания общества вокруг какой-то исторической обиды, нанесенной «иным» или «чужим». В качестве примеров подобной технологии влияния В.Д. Соловей говорит о конструировании национальной идентичности государствами на постсоветском пространстве, делающими упор в своей символической политике на «исторические притеснения» от России или Советского Союза.

Представляется, что «виктимизационная уния» является частным случаем такой технологии влияния, как «создание образа врага». Просто в данной ситуации по объективным причинам «страдательный аспект не может не преобладать, поскольку у Эстонии и Украины нет шансов даже обнаружить минимальные триумфальные нотки в “вековом противостоянии” с Россией» [1].

Но в целом следует еще раз подчеркнуть, что «виктимизационная уния» представляется частным случаем технологии конструирования образа врага. Здесь необходимо сделать отступление и рассказать об исследованиях, проведенных социальным и политическим психологом Генри Тайфелем, которые продемонстрировали, насколько идентичность зависит от внешних «врагов». Исследователь давал испытуемым достаточно бессмысленные задания — например, угадать количество точек на экране, а потом делил их на группы на основании выполненного (бессмысленного) задания. Следующим шагом было распределение ресурсов между членами своей и чужой группы.

И участники эксперимента немедленно продемонстрировали внутригрупповой фаворитизм, выделив большинство ресурсов членам своей группы и оставив ни с чем чужих [7].

В общем и целом можно сделать вывод, что деление на группы и поиск внешних врагов — это архаический атрибут политического мышления, который может в теории принять вид «виктимизационной унии», если в истории группы преобладает «страдательный залог».

Представляется, что в зависимости от политических условий и исторических реалий «виктимизационная уния» может быть как вполне оправданной реакцией на определенные события (геноцид армян или Холокост), так и технологией по конструированию национальной

идентичности и самолегитимации (Прибалтика, Украина).

Семантическое дифференцирование — это прием негативного и позитивного маркирования оппонентов и сторонников (иностранные шпионы vs отечественные разведчики, партизаны vs боевики). В качестве частного случая семантического дифференцирования можно рассматривать такой прием, который В. Д. Соловей называет «антропологическая минимизация» — т.е. демонизация оппонента и лишение его всех человеческих черт с целью легитимации насилия против него.

В качестве примера того, что антропологическая минимизация реально работает, можно привести статистическое исследование влияния «Свободного радио и телевидения Тысячи Холмов» (RTLMS) на геноцид народа тутси в Руанде в 1994 г. RTLMS открыто призывало к насилию против тутси, используя завуалированные метафоры. Экономисты из Гарварда доказали, что призывы RTLMS имели реальное влияние на уровень насилия против тутси в том или ином регионе Руанды. Из-за гористой местности сигнал радио ловился порозному, и в населенных пунктах, где сигнал был лучше, осужденных за геноцид было в итоге на 60% больше [8]. В общем и целом этот кейс является весомым аргументом против сторонников «теории ограниченных эффектов», считающих, что СМИ не имеют реального влияния на политическое поведение и только отражают общественные настроения.

Можно предположить, что семантическое дифференцирование и антропологическая минимизация становятся эффективными за счет психологического явления, известного как медиапрайминг — т.е. ситуации, когда первичная информация определяет восприятие последующей. К примеру, если заявить, что человек «закоренелый преступник», то вся последующая информация о нем будет восприниматься в этом ключе.

В общем и целом исследования, проведенные во время президентства Джеймса Картера показали, что «выпячивание» ключевыми СМИ в прайм-тайм определенных тем (оборона, расходы) приводит к тому, что аудитория этих СМИ начинает оценивать эффективность политики президента через эти темы (как он решает вопрос с обороной, как обстоят дела с госрасходами) [9].

Трансфер, о котором пишет В. Д. Соловей, — это технология психологического переноса свойств одного объекта на связанный с ним другой объект. С точки зрения политической психологии речь идет о так называемом «галло-эффекте» (когда переносятся позитивные свойства) или «эффекте демонических рогов» (когда переносятся негативные свойства, horn effect).

Наиболее распространенной вариацией трансфера является демонстрация «неадекватных последователей» неугодного политика — таким образом, их негативные качества как бы переносятся на него.

Ну и, конечно же, с точки зрения современной политической истории классикой являются билборды «Рома думает о Семье. Семья думает о Роме», которые, таким образом, ассоциировали начинавшего миллиардера Романа Абрамовича с ближним кругом президента Б. Н. Ельцина (так называемая Семья), имевшим крайне негативный имидж как непотистская структура.

Торговля страхом — это политическая технология, суть которой заключается в использовании связки «испугать проблемой — указать на решение проблемы». В случае коммерческой рекламы речь идет обычно о покупке товара, в политических вопросах — о голосовании за кандидата/поддержке политика, который спасет общество от проблемы.

Например, по воспоминаниям очевидцев, в ходе избирательной кампании 1996 г. российское население активно «пугали» Зюгановым, который якобы олицетворял все «страшное», связанное с СССР, — дефицит, концентрационные лагеря, всеисилие спецслужб и т.п.

Торговля страхом — достаточно древний пропагандистский прием, например его активно использовали в Окнах сатиры РОСТА (проект Владимира Маяковского).

Важно еще раз подчеркнуть, что торговля страхом должна обязательно содержать выполнимый и понятный рецепт по преодолению проблемы. В противном случае информация вызовет просто отторжение и будет вытеснена.

С чем связана эффективность этого приема? Страх — одна из базовых и древнейших эмоций. Многие антропологические теории утверждают, что страх смерти лежит в основании всей нашей культуры — например, такая идея высказывается в книге «Отрицание смерти» [10] Э. Беккера, который развивает теорию управления страхом

смерти. С этой точки зрения и религия, и идеология являются смыслостроительными механизмами, помогающими справиться с осознанием своей смертности [11].

Ложная театрализация — это технология, направленная на дезавуирование политических аргументов и политической позиции противника посредством приписывания ему скрытых мотивов. По сути, речь идет о вариации «Зоны Уэйта». Например, активисток, участвовавших в кампании #metoo, выступавших против сексуального насилия, обвиняли в желании добиться дешевой популярности («хайпануть»), хотя аргументы в большинстве случаев были на их стороне. Здесь снова речь заходит о «табу властителей», о котором говорит С.А. Шомова со ссылкой на Зигмунда Фрейда. В работе «Тотем и табу» основатель психоанализа отмечает (в свою очередь, ссылаясь на Дж. Фрэзера), что «властелин живет только для своих подданных; его жизнь имеет цену только до тех пор, пока он выполняет обязанности, связанные с его должностью, направляя течение явлений природы на благо своих подданных» [12].

Наконец, достаточно известной политической технологией, о которой в том числе пишет В.Д. Соловей, является метод **«копченой селедки»** (red herring). Этимология этого термина заключается в том, что, согласно определенным представлениям, гончую собаку можно сбить со следа, если провести по нему копченой селедкой. Под «копченой селедкой» понимается технология переключения внимания аудитории с неудобной информации на какую-то другую, желательную — сенсационную.

В.Д. Соловей иллюстрирует это следующим кейсом — когда администрация Билла Клинтона столкнулась с сексуальным скандалом, то через «дружественные» СМИ была осуществлена якобы «утечка информации» о готовящемся военном ударе, который сметет режим Саддама Хусейна в Ираке. Следует отметить, что отвлечь внимание американского общества и переключить его с внутренней повестки на внешнеполитическую все равно не удалось.

Психологические основания приема «копченая селедка» — особенность человеческого восприятия информации. Как отмечает Г.М. Андреева, человеческое сознание в первую очередь склонно воспринимать «выпуклую» информацию — ту, которая бросается в глаза, интересна и т.п. [13] Т.В. Коноплева приводит такой

пример: в мае 2013 г. вице-премьер Владислав Сурков был освобожден от должности, но, по данным опроса ФОМ, эта новость волновала лишь 1% населения. Вероятным объяснением является наличие куда более серьезного и яркого информационного повода — празднования Дня Победы [14].

В целом есть тенденция проводить кадровые перестановки в правительстве на фоне каких-то значительных и ярких событий национального масштаба, чтобы они прошли максимально незаметно и вызвали минимум вопросов.

Анализ работ политического консультанта и преподавателя А. Цуладзе позволил выделить еще одну любопытную технологию конструирования постправды — **«создание жертвы»** [15]. Он черпает идею из классических работ антрополога Дж. Фрэзера, который утверждает, что некий шведский король Аун регулярно приносил в жертву главе скандинавского пантеона — богу Одину — своих сыновей, чтобы укрепить свое правление. Также отмечается, что концепт жертвоприношения сыновей или дочерей правителя присутствует во многих культурах. А. Цуладзе развивает эту мысль и считает, что между легитимностью правителя и его готовностью принести значимую жертву существует устойчивая положительная связь. Он приводит в пример три кейса из российской истории, когда правители убивали или обрекали на смерть своих сыновей. Сложно согласиться с его тезисом, что Иван Грозный сознательно принес своего сына в жертву — большинство историков все же считают, что это было аффективное убийство, а не трезвый расчет. Также представляется сомнительным, что И.В. Сталиным и Петром I в первую очередь двигали пропагандистские соображения. Однако можно признать, что, действительно, «народ ценит жертвы царей. Поступок Сталина до сих пор вызывает одобрение и восхищение его поклонников» [15].

Представляется, что психологический базис данной техники коренится в таких фундаментальных психологических (а также антропологических) концепциях, как реципрокность (взаимность) и «дорогостоящие сигналы».

Одна из психологических интерпретаций магии — это форма «символического господства» над реальностью, которая в определенном смысле, как и религия, выполняет терапевтическую (утешительную) функцию (условно, молитва богу

войны помогает снизить тревогу перед битвой). Реципрокность — это представление о взаимности, фундаментальное для развития социальных отношений [16]. Архаическое мышление допускает возможность реципрокных отношений со сверхъестественными силами — отдав что-то им, вы что-то получаете взамен.

Но также представляется, что объяснить политическую технологию «создание жертвы» можно и без отсылок к магическому мышлению. В антропологии, экономике и эволюционной психологии есть понятие «дорогостоящие сигналы» [17] — т.е. сигналы, которые сложно подделать в силу их «дороговизны». Применяя это к политологии, можно привести примеры работ, где строительство колоссальных храмов (ступенчатых пирамид) мезоамериканскими правителями интерпретируется как «геополитический PR» — если правитель может построить такой храм, то его власть колоссальна, а государство могущественно, и лучше с ним не враждовать.

Представляется, что эта же логика применима и технологии «создание жертвы» — таким образом, политик коммуницирует подвластным искренность своих намерений, преданность своему делу, преданность нации и государству.

Таким образом, если смотреть на этот вопрос реалистично, политику нет необходимости жертвовать своим близким — это может быть

кто-то из его окружения, кто заодно становится виновником непопулярных мер. Эту технологию описывал еще Н. Макиавелли: Цезаре Борджиа завоевал Романию (область Италии), население которой активно сопротивлялось новой власти. Он поручил наведение порядка (по тем временам это означало массовые казни) своему приближенному — Рамиро до Орка. После того, как тот справился с задачей, Цезаре Борджиа публично казнил его — таким образом, пожертвовав своим последователем и сняв с себя вину за репрессии.

В современных условиях вариантом «создания жертвы» может быть громкая отставка приближенного или «символический риск», когда политик, например, выезжает в зону стихийного бедствия (на самом деле ничем не рискуя). Премьер-министр Сингапура Ли Куан Ю вообще советовал начинать карьеру государственно-го деятеля с того, чтобы «посадить трех своих друзей».

ВЫВОДЫ

В статье были рассмотрены наиболее популярные политические технологии медиаманипуляции и продемонстрированы их психологические основания. В общем и целом у каждой технологии медиаманипулирования можно найти глубинные психологические основания, которые обуславливают ее эффективность.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ/REFERENCES

1. Аронсон Э., Уилсон Т., Эйкерт Р. Социальная психология. Психологические законы поведения человека в социуме. СПб.: прайм-Еврознак; 2002.
Aronson E., Wilson T., Aikert R. Social psychology. Psychological laws of human behaviour in society. St. Petersburg: Prime-Evroznak; 2002. (In Russ.).
2. Соловей В.Д. Абсолютное оружие. Основы психологической войны и медиаманипулирования. М.: Эксмо; 2017.
Solovey V.D. Absolute weapon. Basics of psychological war and media exchange. Moscow: Eksmo; 2017. (In Russ.).
3. Joye Y., Poels K. & Willems K. “Evolutionary Store Atmospherics” — Designing with Evolution in Mind. URL: https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-540-92784-6_11.
4. Шомова С.А. От мистерики до стрит-арта. Очерки об архетипах культуры в политической коммуникации. М.: ИД Высшей школы экономики; 2018.
Shomova S.A. From Mystery to Street Art. Essays on archetypes of culture in political communication. Moscow: Higher School of Economics; 2018. (In Russ.).
5. Travers M., Van Boven L., & Judd C. The Secrecy Heuristic: Inferring Quality from Secrecy in Foreign Policy Contexts. *Political Psychology*. 2014;35(1):97–111.
6. Михальская А. Русский Сократ. Лекции по сравнительно-исторической риторике. М.: Академия; 1996.
Mikhalskaya A. Russian Socrates. Lectures on comparative historical rhetoric. Moscow: Academy; 1996. (In Russ.).
7. Tajfel H. Human groups and social categories. Cambridge, U.K.: Cambridge University Press; 1981.

8. Yanagizawa-Drott D. Propaganda and Conflict: Evidence from the Rwandan Genocide. *The Quarterly Journal of Economics*. 2014;129(4):1947–1994. URL: <https://doi.org/10.1093/qje/qju020>.
9. Iyengar Peters, Mark D. Peters, Donald R. Kinder. Experimental Demonstrations of the “Not-So-Minimal” Consequences of Television News Programs. *The American Political Science Review*. 1982;76(4):848–858.
10. Becker E. *The Denial of Death*. Free Press; 1973.
11. Solomon S., Greenberg J., Pyszczynski T. A terror management theory of social behaviour: The psychological functions of self-esteem and cultural worldviews. *Advances in experimental social psychology*. 1991;(24):93–159.
12. Фрейд З. Тотем и табу. М.: Азбука; 2012.
Freud Z. Totem and taboo. Moscow: Azbuka; 2012. (In Russ.).
13. Андреева Г.М. Социальная психология. М.: Аспект Пресс; 2010.
Andreeva G.M. Social Psychology. Moscow: Aspect Press; 2010. (In Russ.).
14. Коноплева Т.В. Психология восприятия информации: восприятие новостей о мире политики в медиа-пространстве. *Психолог*. 2013;(5):11–23. DOI: 10.7256/2306–0425.2013.5.9247.
Konopleva T.V. Psychology of information perception: the perception of news about the world of politicians in media space. *Psychologist*. 2013;(5):11–23. (In Russ.). DOI: 10.7256/2306–0425.2013.5.9247
15. Цуладзе А. Политическая мифология. М.: ЭСМО; 2003.
Tsuladze A. Political mythology. Moscow: ESCMO; 2003. (In Russ.).
16. Мосс М. Очерк о даре. Общества. Обмен. Личность: Труды по социальной антропологии. Пер. с франц. М.: Восточная литература, РАН; 1996.
Moss M. Sketch about the gift. Societies. Exchange. Personality: Works on social anthropology. Moscow: Eastern Literature, RAS; 1996. (In Russ.).
17. Zahavi A. The cost of honesty (further remarks on the handicap principle). *Journal of Theoretical Biology*. 1977;67(3):603–605.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Сергей Владимирович Лебедев — кандидат политических наук, политический консультант, Москва, Россия
sergei.lebedeff@gmail.com

ABOUT THE AUTHOR

Sergey V. Lebedev — Cand. Sci. (Political Sciences), political consultant, Moscow, Russia
sergei.lebedeff@gmail.com

Статья поступила 24.03.2021; принята к публикации 05.06.2021.

Автор прочитал и одобрил окончательный вариант рукописи.

The article received on 24.03.2021; accepted for publication on 05.06.2021.

The author read and approved the final version of the manuscript.