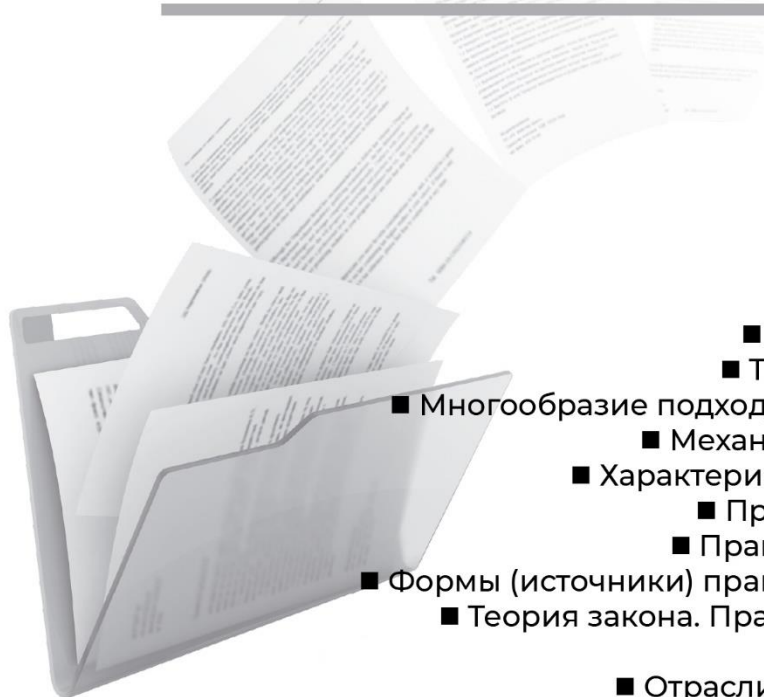


ISSN 2500-3674

# ЮРИДИЧЕСКАЯ ГНОСЕОЛОГИЯ



НАУЧНЫЙ  
ЖУРНАЛ



- Онтология и гносеология права
- Теория обычая и обычного права
- Многообразие подходов к вопросам правопонимания
- Механизмы правового регулирования
- Характеристика моделей правовых систем
- Право в системе социальных норм
- Правосознание и правовая культура
- Формы (источники) права. Нормативные правовые акты
- Теория закона. Права человека как источник права
- Система и структура права
- Отрасли, подотрасли и институты права
- Правотворчество и законодательный процесс
- Применение правовых норм

№4-2021



## **ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ «ИЗДАТЕЛЬСТВО КОНЦЕПЦИЯ»**

*В журнале публикуются результаты научных исследований, суть которых состоит в глубоком познании права, государства и других юридических или экономических явлений. Среди авторов журнала российские и зарубежные исследователи (доктора и кандидаты наук, аспиранты и соискатели, студенты), и специалисты-практики (судьи, работники прокуратуры, адвокаты, нотариусы, экономисты, банковские служащие, государственные и муниципальные служащие, историки, философы). Широкая специализация журнала позволяет публиковать на его страницах статьи, обзоры, отзывы, рецензии и другие материалы, содержащие в себе новые теории познания всех отраслей юридической науки, экономической, а также материалы, содержащие результаты междисциплинарных исследований.*

*Тексты статей, поступающие в редакцию от авторов, проходят научное рецензирование и в обязательном порядке проверяются на наличие недобросовестного научного цитирования, а также самоцитирования в программной среде «Антиплагиат».*

Журнал «ЮРИДИЧЕСКАЯ ГНОСЕОЛОГИЯ» издается с 2016 года. Выходит в свет четыре раза в год. Учредитель и Издатель журнала: **ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ «ИЗДАТЕЛЬСТВО КОНЦЕПЦИЯ»**

**Адрес:** 390044, г. рязань, ул. Крупской, д. 17, корп. 1.  
Журналу присвоен **ISSN печатной версии ISSN 2500-3674**

**Языки:** Русский, английский

# ЮРИДИЧЕСКАЯ ГНОСЕОЛОГИЯ

## ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР ЖУРНАЛА:

**Ирошников Денис Владимирович**, кандидат юридических наук, доцент, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, Московский кампус, Институт права и национальной безопасности, Юридический факультет им. М.М. Сперанского, Кафедра правового обеспечения национальной безопасности (Москва).

## РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ

### **Алексеев Сергей Львович:**

кандидат педагогических наук, доцент. Профессор, заслуженный работник науки и образования. Почетный доктор наук, заслуженный деятель науки и техники (Международная ассоциация ученых, преподавателей и специалистов (Российская Академия Естествознания). Член ТРО "Ассоциация юристов России". Член Ассоциации ветеранов боевых действий ОВД и ВВ России. Член экспертного совета Российской Академии Естествознания. Аккредитован Министерством юстиции Российской Федерации в качестве независимого эксперта, уполномоченного на проведение антикоррупционной экспертизы нормативных правовых актов и проектов нормативных правовых актов.

### **Аллахвердиев Ильгар Ибрагимовлу:**

ученый-исследователь по направлениям: философия, философская антропология, психология, трансформация, религия, телология, исламская философия, экзистенциализм, наука и религия, духовность и современность, человековедение, Московский гуманитарный университет.

### **Андриевская Светлана Владимировна**

кандидат исторических наук, психолог, доцент кафедры технологии и методики преподавания Учреждения образования "Полоцкий государственный университет" (Республика Беларусь).

### **Кириллова Елена Анатольевна:**

кандидат юридических наук, доцент кафедры гражданского права, Юг-западный государственный университет.

**Ключко Ольга Ивановна**

доктор философских наук, профессор общеинститутской кафедры психологии образования Института педагогики и психологии образования, Московского городского педагогического университета.

**Колиева Ангелина Эдуардовна:**

кандидат юридических наук, доцент, доцент кафедры земельного, трудового и экологического права ФГБОУ ВО «Кубанский государственный аграрный университет им.И.Т.Трубилина».

**Огородникова Елена Петровна:**

к.э.н., доцент, Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова.

**Соловых Светлана Жорисовна**

кандидат юридических наук, доцент, ФГБОУ ВО «Саратовская государственная юридическая академия».

**Федорова Татьяна Владимировна:**

к.э.н., доцент, Финансовый университет при правительстве РФ Орловский филиал.

\*\*\*\*\*

## СОДЕРЖАНИЕ

### ***ИСТОРИЯ***

- Романенко Анастасия Андреевна. К ВОПРОСУ О ТОЧНОСТИ  
ИСТОРИОСОФСКИХ ПРОГНОЗОВ В РУССКОЙ МЕТАФИЗИКЕ 7

### ***ПОЛИТОЛОГИЯ***

- Зиновьева Екатерина Николаевна, Старовойтова Мария  
Дмитриевна. ТИПОЛОГИЯ И ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ  
ИЗБИРАТЕЛЬНЫХ СТРАТЕГИЙ 10

- Солонович Егор Евгеньевич. ПУБЛИЧНАЯ ДИПЛОМАТИЯ США  
В АФРИКЕ: ИСТОКИ И СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ. 19

- Старовойтова Мария Дмитриевна, Зиновьева Екатерина  
Николаевна. СКАНДАЛ КАК ПОЛИТИЧЕСКОЕ СОБЫТИЕ 27

### ***ЮРИСПРУДЕНЦИЯ***

- Карданова Диана Мухамедовна. О СОВЕРШЕНСТВОВАНИИ  
СИСТЕМЫ ПРОФИЛАКТИКИ ПРАВОНАРУШЕНИЙ  
НЕСОВЕРШЕННОЛЕТНИХ 37

\*\*\*\*\*

# ИСТОРИЯ



УДК 141.201

## ***К ВОПРОСУ О ТОЧНОСТИ ИСТОРИОСОФСКИХ ПРОГНОЗОВ В РУССКОЙ МЕТАФИЗИКЕ***

**Романенко Анастасия Андреевна**

Соискатель кафедры истории философии

Российского университета дружбы народов (РУДН)

В статье рассматривается вопрос об основной причине точности некоторых футурологических прогнозов и высказывается мнение о том, что в качестве таковой следует считать не столько качество философского рационального анализа прошлого и настоящего, хотя и оно немаловажно, сколько способность философа «схватывать», во многом интуитивно, основные тенденции общественно-исторического процесса и экстраполировать их в будущее; этот тезис аргументируется на примере творчества К.Н. Леонтьева.

**Ключевые слова:** историософия, русская метафизика, К.Н. Леонтьев, Н.А. Бердяев, Л.П. Карсавин, историософия, русская революция, социализм, «новый феодализм», «новое средневековье».

Философы издавна пытались предсказать будущее, исходя, с одной стороны, из анализа фактов наличной современности, причинно тесно связанной с событиями прошлого, с другой – из собственных представлений о должном, нормальном устройстве человеческого общества; и если интерпретации конкретно данной социальной жизни еще могли претендовать на относительную точность своих выводов, то видения будущего у мыслителей сильно отличались вследствие прямой зависимости от мировоззренческих установок. На это обращал внимание Л.П. Карсавин, когда писал о том, что будущее может быть дано в своей осуществленности лишь гипотетическому «всеединому субъекту», представляющему собой некоторую «стяженность» многочисленных «индивидуализаций-единств», эмпирически же ограниченному субъекту, т.е., по сути, любому историку, философу, просто интересующемуся оно дано не в конкретности, а «только в отраженности его настоящим и прошлым», поэтому будущее ими

«познаваемо лишь в общих (“отвлеченных”) чертах» [1, с. 415-416]. Однако подобные методологические затруднения не являлись непреодолимым препятствием для философов, со временем даже оформивших дисциплинарно такую часть философского знания как футурология. Способствовало этому, конечно, то, что некоторыми из них, несмотря на принципиальную возможность предвидеть будущее только в самых общих чертах, делались и достаточно точные прогнозы социального развития. Причину здесь следует, видимо, искать не столько в точности философского рационального анализа прошлого и настоящего, хотя и она немаловажна, а в способности «схватывать», во многом интуитивно, основные тенденции общественно-исторического процесса и экстраполировать их в будущее, в способности предполагать, во что разовьется уже исторически данное «семья».

Доказательством того, что видение будущего может быть достаточно точным, служат историософские концепции русской метафизики, одним из ярких представителей которой является К.Н. Леонтьев, – в его размышлениях явственным образом предсказывались катастрофические события в России и мире задолго до их наступления. Революционная эпоха стала неожиданностью для людей, не задумывавшихся или плохо задумывавшихся о назревавших социально-политических тенденциях, мыслящим же людям было достаточно ясно, что перемены в складывающихся условиях неизбежны. К.Н. Леонтьев еще в 1878 г., почти за 40 лет до революции, писал о том, что в «ближайшем грядущем» следует ожидать «социально-политических опытов» на ложном пути поисков общего блага, при этом: «Социализм (т.е. глубокий и отчасти насильственный экономический и бытовой переворот) теперь, видимо, неотвратим, по крайней мере для некоторой части человечества» [2, с. 404]. Помимо того, что этот переворот принесет народам неисчислимы страдания, полагал философ, он, к тому же, поставит победителей, как бы хорошо они ни устроились, перед дилеммой, которую необходимо будет решить для достижения хотя бы относительного покоя: или они будут стремиться стать «свободнее, либеральнее нас, или, напротив того, законы и порядки их будут несравненно стеснительнее наших, строже, принудительнее, даже страшнее». При выборе первого члена дилеммы обязательно наступит «узаконенная анархия», поскольку переворот, конечно, не будет ждать какого-либо нравственного перевоспитания личностей, захватив общество в том виде, далеком от общей любви, в котором оно уже находится; поэтому, делает вывод мыслитель, более вероятен выбор второго члена [2, с. 404]. В связи с этим уместно вспомнить о прозрении Ф.М. Достоевского, писавшего, что даже самые хорошие «правила», предполагающие сделать всех счастливыми, не осуществляются с «недоделанными людьми», ведь сам по себе факт экономического и политического освобождения не может переродить человека, этому могут способствовать только внутренние причины, а именно – нравственная перемена [3, с. 180]; если же ее нет, тогда остается только принуждение к исполнению правил.

В других своих трудах К.Н. Леонтьев вносит уточнения в представления о надвигающемся социалистическом перевороте: «...социализм, понятый как следует, есть не что иное, как новый феодализм, уже вовсе недалекого будущего». При этом философ поясняет, что этот феодализм не похож на прежний в своих конкретных проявлениях жизни, но родственен ему «в смысле нового закрепощения лиц другими лицами и



учреждениями...», которое будет несравненно сильнее, чем ранее, и даже «чем-нибудь облагороженным» [4, с. 477]. Идея «нового феодализма» у К.Н. Леонтьева явно коррелирует с концептом «нового средневековья» Н.А. Бердяева, можно сказать, что здесь мы имеем дело с описанием одного и того же социального феномена в разных аспектах: политико-экономическом и религиозном. Однако следует отметить крайне негативное отношение к этому феномену у К.Н. Леонтьева, чего не скажешь о Н.А. Бердяеве (на этом сказались, видимо, его страстная вера в революцию, правда, не социальную, а «духовную»); причем первый идет дальше, предвещая дальнейшую деградацию социального строя к рабовладельческому уровню: «Быть может, явится рабство своего рода, рабство в новой форме, вероятно, – в виде жесточайшего подчинения лиц мелким и крупным общинам, а общин государству» [5, с. 546].

Из приведенного примера мы видим, что футуролог вполне способен сделать точный прогноз развития общественной ситуации, по крайней мере, на полстолетия вперед, но для этого ему следует соблюсти одно важное условие: он должен обладать целостным мировоззрением (основанным не на вымышленном или «додуманном», а на реальном положении дел в мире), исходя из которого формируется историческое понимание цели и смысла исторического процесса.

#### ЛИТЕРАТУРА

---

1. Карсавин Л.П. Философия истории. – М.: АСТ, 2007. – 510 с.
2. Леонтьев К.Н. О всемирной любви // Храм и Церковь: сборник трудов. – М.: АСТ, 2003. – С. 389-426.
3. Неизданный Достоевский. Записные книжки и тетради 1860-1881 гг. – М.: Наука, 1971. – 715 с.
4. Леонтьев К.Н. Средний европеец как идеал и орудие всемирного разрушения // Храм и Церковь: сборник трудов. – М.: АСТ, 2003. – С. 427-492.
5. Леонтьев К.Н. Чем и как либерализм наш вреден // Храм и Церковь: сборник трудов. – М.: АСТ, 2003. – С. 531-556.

#### TO THE QUESTION OF THE ACCURACY OF HISTORIOSOPHICAL FORECASTS IN RUSSIAN METAPHYSICS

**Romanenko A. A.**

**Abstract:** The article deals with the question of the main reason for the accuracy of some futurological forecasts and expresses the opinion that it should be considered as such not so much the quality of a philosophical rational analysis of the past and present, although it is also important, but the ability of a philosopher to “grasp”, largely intuitively, the main trends in the socio-historical process and extrapolate them into the future; this thesis is argued on the example of K.N. Leontiev.

**Keywords:** historiosophy, Russian metaphysics, K.N. Leontiev, N.A. Berdyaev, L.P. Karsavin, historiosophy, Russian revolution, socialism, "new feudalism", "new Middle Ages".

# ПОЛИТОЛОГИЯ



УДК 32.019.51

## ТИПОЛОГИЯ И ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИЗБИРАТЕЛЬНЫХ СТРАТЕГИЙ

**Зиновьева Екатерина Николаевна,  
Старовойтова Мария Дмитриевна,**  
Студенты Российского Университета Дружбы Народов

В статье рассматривается избирательная стратегия как важный инструмент избирательной кампании. Особое внимание уделено типологии избирательных стратегий, согласно которой выделяют имиджевую, социальную и политическую стратегии. Анализируется реализация стратегий в практике последних избирательных кампаний различного уровня. Делается вывод о том, что успех в избирательной стратегии зависит от всестороннего рассмотрения факторов, способных оказывать влияние на результативность выборов, прогнозирования возможных угроз и выявления наиболее сильных сторон кандидата.

**Ключевые слова:** выборы, избирательные стратегии, избирательная кампания, электоральный процесс, политический маркетинг, политический процесс, политическая борьба, политическая агитация, типология избирательных стратегий, имиджмейкинг.

Несмотря на то, что избирательная стратегия является ключевым элементом в реализации политического менеджмента, не существует единого подхода к её рассмотрению, как отдельно взятого аспекта политтехнологии. Это связано, прежде всего, с невозможностью унифицировать те или иные тенденции, применяемые в ходе ведения политической кампании. Каждая стратегия является уникальной, на нее влияет множество факторов, а успешность зависит от бесчисленного множества переменных. Тем не менее, в данной статье будут рассмотрены наиболее унифицированные подходы к рассмотрению избирательной стратегии, как инструмента.

Избирательная стратегия – это главный инструмент организации и проведения избирательной кампании. [1] Вне контекста избирательной

кампании невозможно говорить об избирательной стратегии, так как именно организационные моменты ведения кампании становятся фактором для возникновения концепции стратегии. Именно от качества составления избирательной стратегии зависит успех всей кампании отдельно взятого кандидата.

Прежде всего, необходимо рассмотреть факторы, влияющие на подход к избирательной стратегии. При планировании в ведении кампании нужно учитывать множество факторов, зачастую даже мало предсказуемых, а также возможные риски. При избрании стратегии кандидат и команда его сторонников и технологов должны опираться на общественные настроения и исторический контекст, в рамках которого проходит избирательный процесс. Одним из ключевых факторов в подготовке стратегии является актуальное состояние электората. Важно учитывать особенности региона, в котором проходят выборы, представленность различных социальных групп и слоёв среди избирателей, готовность или неготовность к проведению реформистской деятельности и уровень поддержки и доверия к существующей власти. Для экономически развитых регионов характерен высокий уровень осведомленности населения в отношении проводимых политических процессов и зачастую наблюдается развитое гражданское общество, активно принимающее участие в реализации политики. Такие регионы способны к поддержке кандидатов, предлагающих административные реформы или в корне новую политику в отношении управления. Менее же развитые регионы скорее с недоверием воспринимают новых и неизвестных кандидатов, предпочитая сохранение привычной местной власти. В таких регионах куда большие шансы на успех имеют лидеры, отстаивающие традиционные подходы и не стремящиеся к административным и иным преобразованиям.

Также стратегия всегда должна быть тесно взаимосвязана с самой личностью кандидата. Так как факторы возраста, репутации, идеологической принадлежности, харизматичности и многие другие накладывают определённый уровень ожиданий со стороны электората в отношении его кампании. Очень важно, чтобы имиджевая составляющая не пошла вразрез с выбранной стратегией.

Целью избирательной стратегии можно назвать упорядочение действий кандидата и его команды в ходе достижения цели, определение ценностных ориентиров и основных методов ведения борьбы. В целом, выбранная стратегия становится определяющей для выбранного способа движения к намеченной цели. Если рассматривать цель избирательной стратегии как совокупность её отдельно взятых функций, среди них можно выделить три основные: управленческую, символизирующую и моделирующую. [1] Управленческая функция заключается в распределении обязанностей и полномочий среди членов команды отдельно взятого кандидата, определение структуры команды кандидата и упорядочении методов, используемых в стратегии. Символизирующая функция предполагает обретение политиком определённого имиджа, создание ассоциаций у электората, связанных с его деятельностью или сферой влияния. отождествление политика с другими политическими силами или идеями наиболее ярко выражается в агитационных материалах, так как целью агитации является создание устойчивого символического образа политика в массовом сознании. Третьей функцией является моделирующая функция, которая прежде всего связана с прогнозированием и

моделированием вероятной политической и социальной ситуации в регионе, где проводятся выборы. Эта функция предполагает, что при глубоком анализе актуальной действительности и моделировании ситуации преобразования социального или политического поля возможно проведение прогноза в отношении возникающих рисков и угроз для успешного проведения политической кампании.

Синтез всех этих функций даёт глубокое понимание того, чем именно является политическая стратегия.

В контексте данной работы нами была рассмотрена типология политических избирательных стратегий, согласно которой выделяются три типа: имиджевая стратегия, социальная стратегия и политическая стратегия. [1] Важно отметить, что данные типы являются обобщенными и практически не могут встречаться в чистом виде, так как на практике любая избирательная стратегия является скорее синтезом нескольких из выделяемых типов. Рассматривая конкретные примеры, мы можем только выделить наиболее явную тенденцию в избрании стратегии, чтобы подвести её под данную классификацию.

Первым нами был подробно рассмотрен социальный тип политической стратегии. Социальный подход в ведении стратегии предполагает ориентацию на запросы, существующие в обществе. При четкой сформированности больших социальных групп, выдвигающих свои требования или пожелания, возможным становится социальный подход к ведению предвыборной кампании. В этом случае команда кандидата абстрагируется от собственных интересов, подробно изучает социальный запрос и делает опору на решение проблем региона либо преобладающих социальных групп среди прогнозируемых сторонников среди избирателей. Основным вызовом для команды кандидата при выборе такого типа стратегии становится качественный сбор информации о состоянии региона. Для этого могут применяться методы социологических опросов, интервьюирование лидеров мнений в регионе, исследование электоральной базы региона и тенденций явки на избирательных участках за последние годы. В какой-то степени также социально-ориентированная избирательная стратегия может опираться на ожидания и установки электората, исследование которых также требует длительных и затратных социологических анализов. [2]

Наиболее детальный подход к исследованию социального типа избирательной стратегии был выделен Е. Малкиным и Е. Сучковым в их работе «Основы избирательных технологий». Согласно их определению, социальный подход подразделяется на несколько моделей в зависимости от той сферы общественной жизни, на которую предполагает делать основной упор кандидат в ходе своей профессиональной деятельности в случае победы на выборах и обретения власти.

Первой моделью является социально-экономическая модель. Данная модель выделяет среди предполагаемого электората определённые социальные группы, опираясь на их экономическое положение. Традиционно может выделяться «правый» и «левый» экономический запрос в зависимости от сложившихся в общественном мнении установок. Данная модель предполагает, что кандидат должен в своей программе опираться на экономические интересы электората и предлагать программу, содержащую тезисы в отношении устранения экономических проблем региона и удовлетворения экономического запроса.

В частности, данную модель использовал Андрей Алёхин, избиравшийся в 2021 году в депутаты Государственной Думы по Омскому избирательному округу. Как отмечал сам кандидат: «Без левого поворота у страны нет будущего!», и программа под названием «Десять шагов к власти народа» предсказуемо имела ярко выраженный «левый» уклон. Среди наиболее важных и актуальных для избирателей предложений Алёхина можно отметить следующие:

- увеличение прожиточного минимума и МРОТ до 25 000 рублей в месяц;
- ограничение платы за ЖКХ 10% дохода семьи;
- снятие ограничений по выплате ежемесячных денежных пособий в размере 550 рублей всем ветеранам Омской области и т.д. [3].

Основной проблемой социально-экономической модели для применения в российской действительности является то, что уровень осведомленности в области экономических отношений, как и уровень финансовой грамотности достаточно низок среди широких слоёв населения. В подавляющем большинстве случаев электорат не имеет четко сформулированного запроса в отношении экономических интересов, поэтому опора на предсказанный социологически запрос не только может оказаться ошибочной (так как крайне велика вероятность ошибки), но и не воздействовать эмоционально на электорат ввиду отсутствия осознания реального экономического запроса и путей его реализации. С учетом того, что эмоциональное воздействие является наиболее эффективным методом влияния в контексте предвыборной политической борьбы, в России данная модель оказывается плохо реализуема. Несмотря на это, Андрею Алёхину удалось одержать победу на выборах в ГД восьмого созыва, около 32% избирателей отдали за него свои голоса.

Второй моделью социального типа политической стратегии является «стратегия как решение общественной проблемы». В этом случае ориентация программы основывается на наиболее острой и животрепещущей проблеме региона. Кандидат при выборе данной стратегии должен быть хорошо осведомлён об обеспокоенности граждан данной проблемой и иметь четкий и благозвучный план для её решения. Частой манипуляцией при выборе данной стратегии является поляризация общественного мнения в отношении лидирующих политических сил. Задачей кандидата и его команды становится указание на несовершенство действующей власти, которая не может реализовать устранение проблемы, имея при себе всю полноту административного и материального ресурса. Таким образом срабатывает как технология пиара программы политика, так и технология черного пиара в отношении конкурента. Значимым преимуществом данной стратегии становится «объединение» сил электората с силами кандидата. Избиратели начинают видеть в кандидате союзника, столь же сильно заинтересованного в решении острой для них проблемы, а следовательно, растёт уровень доверия и поддержки.

Показательным примером, иллюстрирующим суть подобной стратегии, могут стать действия в рамках предвыборной кампании Эльвиры Аиткуловой, ранее занимавшей пост вице-спикера Государственного Собрания Республики Башкортостан, решившей баллотироваться в депутаты Госдумы РФ восьмого созыва. Одной из наиболее насущных и актуальных проблем для жителей Белорецкого округа, по которому избиралась Аиткулова, являлась незаконная добыча золота в селе Уразово

Учалинского района: здесь компания «Альтинвест» самовольно и бесконтрольно производила добычу золота на землях сельскохозяйственного назначения, оставляя после себя безжизненные карьеры, а отходы промышленной деятельности сваливала неподалёку, что причиняло огромный ущерб местной флоре и фауне, а также загрязняло акваторию реки Урал.

Стоит отметить, что местные жители в ходе общественных слушаний неоднократно выступали против проведения горнодобывающих мероприятий и просили провести рекультивацию почв на близлежащих территориях. Тем не менее, глава поселения оставлял жалобы людей без внимания [4]. К решению этого проблемного вопроса, беспокоящего не только сельчан, но и равнодушных жителей других районов Башкортостана и подключилась Эльвира Аиткулова. В июле 2021 года она лично встретила жителей Уразово, выслушав их жалобы и требования, подчеркнув необходимость учёта мнения населения, а уже 21 августа на её официальной страничке в соцсети «ВКонтакте» появилась запись, где сообщалось об остановке золотодобывающих работ в Уразово [5]. Таким образом, благодаря использованию стратегии «решения общественной проблемы» Аиткулова стала депутатом Государственной Думы, набрав на выборах 59% голосов избирателей.

Как правило, подобная стратегия характеризуется тем, что кампания фактически превращается в своеобразную борьбу за решение определённой проблемы. В ход идут различные формы массовой активности: митинги, демонстрации, пикеты и так далее. Ярким примером стратегии «решения общественной проблемы» можно считать предвыборную деятельность Олега Михайлова, члена КПРФ, ставшего депутатом ГД РФ восьмого созыва от Сыктывкарского избирательного округа. В Республике Коми Михайлов был известен уже давно – как один из организаторов митингов против строительства мусорных полигонов в Шиесе [6]. Как известно, «мусорные протесты» способствовали решению возникшей проблемы, требования митингующих были удовлетворены: строительство полигонов было прекращено, контракт с подрядчиком был расторгнут властями, глава Коми Сергей Гапликов подал в отставку. Ну, а сам Олег Михайлов, естественно, довольно успешно набрал себе «политические очки». Помимо вышеуказанного, кандидат также предлагал отменить пенсионную реформу, решить ряд проблем экологического характера, например, заменить старые нефтепроводы, в связи с участвовавшими в последнее время на территории республики нефтеразливами [7]. Благодаря грамотно проведённой кампании и верно составленной стратегии О. Михайлову удалось набрать 32% голосов избирателей и стать депутатом Госдумы.

Препятствием в реализации такой стратегии становится то, что не всегда находится настолько масштабная проблема региона, которую большинство избирателей посчитало бы абсолютным злом, противоречащим благосостоянию региона. Поэтому стратегия не является универсальной, хотя при должных предпосылках к реализации становится крайне эффективной.

Третьей моделью социального типа избирательной стратегии является программная стратегия. Её суть состоит в постоянном упоминании тех основ, на которых базируется программа кандидата. Каждое упоминание сопровождается сравнительным анализом обещаний кандидата и обещаний его противников. Естественно, что при таком

подходе задачей политтехнологов кандидата должно являться грамотное сравнение программ так, чтобы выставить программу своего кандидата в наиболее привлекательном свете. Этот подход даёт преимущество кандидату не только за счет нарушения баланса поддержки и доверия со стороны электората в его пользу, но и возможностью ориентироваться сразу на множество слоёв населения, каждый раз делая акцент на разных аспектах реализации политической программы. Программная стратегия может включать в себя как экономические, так и социальные основы. Поэтому является широко применимой и легко комбинируемой с любыми другими стратегиями.

В качестве примера стоит вспомнить довыборы совета депутатов по Бабушкинскому району, состоявшиеся 13 сентября 2020 года. В программе кандидатов Л. Киселёвой и И. Лифанцева было прописано множество положений в отношении благоустройства района. В частности, строительство нового гаражного кооператива. Однако при внимательном изучении программы выяснялось, что строительство планируется на месте сквера «Красная дорожка», излюбленного всеми местными жителями и являющегося значимой природной территорией в местной инфраструктуре. Естественно, данное положение широко не разглашалось самими кандидатами, с целью создать благозвучную окраску планируемой стратегии. Однако практически все конкурирующие силы в своих программах не раз затрагивали этот вопрос, ссылаясь на недопустимость уничтожения уникальной природной зоны. В частности, кандидат А. Барвашова, выдвигающаяся от партии «Яблоко» делала основной акцент своей агитации на сохранении сквера «Красная дорожка» в его привычном виде. [8] Её основным тезисом становилось инфраструктурное благополучие для местных жителей и полнота доступа к информации. Несмотря на то, что победа на выборах всё же досталась Киселёвой и Лифанцеву и уже даже произошла попытка начала строительства на месте сквера, благодаря освещённости проблемы Барвашовой, местным жителям удалось избежать застройки сквера. На этом примере можно сказать, что даже при неудаче в политической стратегии, некоторые политические интересы политика могут быть реализованы, посредством грамотного информирования электората о предстоящих нововведениях со стороны конкурирующей силы.

Следующим типом, который нам бы хотелось рассмотреть в ходе данного исследования является политический тип избирательной стратегии. Данный тип избирательной стратегии чаще всего используется политиками, уже закрепившимися в системе общественных политических отношений и претендующими на достижение более высокого статуса или завоевание новой сферы влияния.

Несмотря на то, что при ведении стратегии такого рода политик в большинстве случаев имеет сложившуюся репутацию и определенный опыт участия в избирательной кампании, дальнейшее продвижение начинает зависеть не только от поддержки электората, но и от поддержки инициативы со стороны устойчивых политических и общественных сил. Данная стратегия также требует глубокого анализа политической ситуации региона и отношения электората к деятельности субъекта политики. Так, например, в тех избирательных округах, в которых население в наибольшей степени пострадало от проводимых реформ, безусловной поддержкой пользуются партии оппозиционной ориентации.

На наш взгляд, привести примеры случаев, когда кандидаты прибегали именно к этой стратегии, довольно нелегко, так как ни один здравомыслящий политик, который дорожит своей карьерой, никогда не признает, что свой пост он получил, заручившись поддержкой так называемых «элит».

Третьим видом избирательных стратегией является имиджевая стратегия. Именно она получает наибольшую применимость в тех обществах, где наблюдается низкий уровень политической вовлеченности граждан или недостаток информирования о политических процессах и событиях. При таком подходе политик стремится к созданию устойчивых ассоциаций электората касательно его интересов и подходов. Его стратегия основывается на эмоциональном влиянии на электорат и создании определенного уровня ожиданий от будущей деятельности. Выделяются как стратегии, стремящиеся создать образ идеального кандидата в глазах избирателей, так и стратегии, ориентированные на создание образа, отвечающего социальным ожиданиям электората.

Примером в мировой политике последних лет становится избирательная программа экс-президента США Дональда Трампа на выборах в 2016 году. Случай с победой на выборах кандидата, не имеющего политического опыта, как мы уже убедились, не уникален. Однако в случае с президентскими выборами США Дональдом Трампом выбор в пользу имиджевой стратегии был выбран не случайно. Дело в том, что на момент проведения избирательной кампании, в общественном сознании укоренился образ стабильного и нерушимого истеблишмента демократической партии. Поэтому казалось, что победа кандидата от демократической партии в лице Хиллари Клинтон очевидна. Любые социальные или политические стратегии не могли бы справиться с преодолением эффекта репутационного доверия сложившейся политической власти. Именно поэтому было принято решение в создании нового, уникального образа кандидата, который поначалу в ходе избирательной кампании заработал отрицательный имидж и даже подорвал существующий уровень доверия электората. В основном это было спровоцировано тем, что каждое упоминание деятельности и в принципе личности Дональда Трампа в СМИ носило негативную окраску. Этому во многом поспособствовал широкий административный ресурс демократической партии. Тем не менее, качественно спрогнозированная стратегия, разработанная командой политтехнологов Дональда Трампа, смогла обратить такую репутационную потерю в свою пользу. Данный прием компенсации своего антиобраза стал основой всей стратегии избирательной кампании. Команда Д. Трампа создавала имидж нового независимого политика, бросающего вызов сложившейся системе, выстроенной демократическим правительством.

В основном такой прием оказался эффективен среди оппозиционно настроенных социальных групп, так как критика нового лица в политической системе рассматривалась как стремление действующей власти сохранить свои позиции, устранив конкуренцию. Его образ стал ассоциироваться с надеждой на перемены и улучшение политической жизни [9].

Также благодаря своей харизме, Трамп смог завоевать преимущество, выдвигая громкие лозунги и тезисы, превратив избирательную кампанию в своеобразное «шоу», что эмоционально



воздействовало на электорат, давая широкое распространение его идеям и превращая его цитаты в «вирусно» распространяющуюся информацию.

Также немаловажным фактором стало ведение социальных сетей политиком, посредством которых ему удалось добиться образа выходца из народа. Умелое использование провокационных высказываний и лингвистические манипуляции позволили ему заполучить доверие со стороны электората, который увидел в нём лидера объединения «против всего плохого» [10].

Как известно, на выборах 2016 года Дональду Трампу удалось одержать победу, набрав 306 коллегии выборщиков против 232 за Хиллари Клинтон. Этот пример ярко доказывает, что имиджевая стратегия прекрасно может сработать на политиках, не имеющих сложившейся политической репутации. При умелом её использовании достижение политической цели возможно даже в, казалось бы, устойчивых обществах, не готовых к реформам.

В заключение стоит сказать, что многообразие политических стратегий крайне широко и поэтому выбор наиболее эффективной требует серьёзных профессиональных навыков и полноты владения информацией. Именно поэтому для успешного выстраивания стратегии требуется вовлечение множества сил. Для выбора стратегии приходится задействовать методологию политических технологий, социальных исследований, включающих как прогнозирование с использованием статистических данных, так и анализ актуальной ситуации, а также административный ресурс и материальные вложения. В целом успех в избирательной стратегии зависит от всестороннего рассмотрения факторов, которые способны оказывать влияние на результативность выборов, прогнозирования возможных угроз и выявления наиболее сильных сторон кандидата.

#### ЛИТЕРАТУРА

---

1. Амелин В.Н., Федоркин Н.С. Стратегия избирательной кампании — М., РЦОИТ, 2001. 106 с.
2. Малкин Е., Сучков Е. Политические технологии. Серия «Профессионалы: просто о сложном» - М.: «Русская панорама», 2006. - 680 с.; 19 табл.;
3. Алехин А.: «Без левого поворота у страны нет будущего» [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://www.omsk-kprf.ru/news/andrey-alekhin-bez-levogo-povorota-u-strany-net-budushego> (дата обращения: 19.11.21)
4. «Ведут себя как бандиты и разрушают наши земли»: репортаж с карьеров по золотодобыче в Учалинском районе» [Электронный ресурс] - Режим доступа: [https://prufy.ru/news/economika/111029-vedut\\_sebya\\_kak\\_bandity\\_i\\_razrushayut\\_nashi\\_zemli\\_reportazh\\_s\\_karero\\_v\\_po\\_zolotodobyche\\_v\\_uchalinskom/](https://prufy.ru/news/economika/111029-vedut_sebya_kak_bandity_i_razrushayut_nashi_zemli_reportazh_s_karero_v_po_zolotodobyche_v_uchalinskom/) (дата обращения: 19.11.21)
5. Официальная страница Эльвиры Айткуловой. [Электронный ресурс] - Режим доступа: [https://vk.com/elviraaitkulova?w=wall497656811\\_2327](https://vk.com/elviraaitkulova?w=wall497656811_2327) (дата обращения: 20.11.21)

6. «Депутат-коммунист Госсовета Коми Олег Михайлов – о мусорных протестах, сравнении с Навальным и популизме» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://kprf.ru/party-live/opinion/184921.html> (дата обращения: 19.11.21)

7. «Оппозиционер из Коми Олег Михайлов коротко о своей победе на выборах в Госдуму» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://news.myseldon.com/ru/news/index/259191882> (дата обращения: 19.11.21)

8. «Анна Барвашова рассказала, решением каких проблем она намерена заняться, став муниципальным депутатом» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://mosyabloko.ru/events/20200829> (дата обращения: 20.11.21)

9. Егоров О. М. Стратегия и тактика избирательных кампаний Д. Трампа и Х. Клинтон: дис. канд. полит. наук: М., 2017. - 195 с.

10. Scott Adams Win Bigly: Persuasion in a World Where Facts Don't Matter. - 1-е изд. - Portfolio, 2017. - 304 с.

#### **TYOLOGY AND EVALUATION OF THE ELECTORAL STRATEGIESEFFECTIVENESS**

**Zinovyeva E. N., Starovoytova M. D.**

The article considers the electoral strategy as an important tool of the election campaign. Special attention is paid to the typology of electoral strategies, according to which image, social and political strategies are distinguished. The implementation of strategies in the practice of recent election campaigns at various levels is analyzed. It is concluded that success in the electoral strategy depends on a comprehensive consideration of factors that can influence the effectiveness of elections, forecasting possible threats and identifying a candidate's strong points.

**Keywords:** elections, election strategies, election campaign, electoral process, political marketing, political process, political struggle, political campaigning, typology of election strategies, image-making.

УДК 34

# **ПУБЛИЧНАЯ ДИПЛОМАТИЯ США В АФРИКЕ: ИСТОКИ И СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ.**

---

**Солонович Егор Евгеньевич**

Аспирант, Санкт-Петербургский государственный университет

В данной статье рассматривается публичная дипломатия США на африканском континенте. Автор указывает вероятные истоки распространения такого вида дипломатии в Африке и рассматривает основные направления деятельности Соединенных Штатов. Среди них важно отметить такие меры как продвижение демократических институтов, экономическое влияние, создание и продвижение многочисленных средств массовой информации, поиск и воспитание новых лидеров из молодежи, работу с населением (студенты, женщины и т.д.). Статья имеет актуальность, поскольку в России данному вопросу уделяется мало внимания, которого он, несомненно, заслуживает.

**Ключевые слова:** Африка, США, Публичная дипломатия, агентство США по международному развитию, госдепартамент США, отдел по делам Африки, молодые лидеры, Голос Америки.

Начало официальной активизации публичной дипломатии США на африканском континенте можно отнести к концу 1950-х – началу 1960-х гг. В 1958 году президент Дуайт Эйзенхауэр санкционировал создание отдела по делам Африки в государственном департаменте. Это был шаг, направленный на изменение того, что представлял собой европейский политический взгляд на Африку. Данное решение было принято в результате влияния трех значительных процессов середины XX века: деколонизация Африки, противостояния СССР и США в так называемых странах Третьего мира в период холодной войны и то, роль чего часто не принимается во внимание широкой общественностью, но имеет большое значение для американцев – движение за гражданские права.

Реальность заключалась в том, что до 1958 года Африка была политическим придатком Европы. В конце 1950-х годов большая часть континента оставалась колонизированной союзными США странами Западной Европы. Американские консульства присутствовали на континенте, но они отчитывались и получали указания в посольствах в Лондоне, Париже, Брюсселе и Лиссабоне. С деколонизацией и движением за независимость на континенте стало значительно больше американских посольств, подчиняющихся непосредственно Вашингтону.

В период холодной войны Европа была главным фронтом событий, а колониальные державы составляли основу НАТО. В то время именно

холодная война и безопасность в Западной Европе были первостепенно важны для американских посольств в Лондоне, Париже, Брюсселе и Лиссабоне. Однако Эйзенхауэр и его вице-президент Ричард Никсон смотрели на мир и с другой стороны. Никсон совершал визиты по всей Африке в качестве вице-президента и видел своими глазами динамичные изменения, происходящие на континенте, и признал стратегическую важность Африки. Поддержка африканской свободы и развития также означала обретение потенциальных союзников против коммунизма или, по крайней мере, сдерживание коммунистической экспансии. Информационно-пропагандистскую деятельность, которую осуществлял Никсон в этот период, сегодня можно назвать публичной дипломатией.

Эйзенхауэр и Никсон также осознавали другую меняющуюся реальность: как внутренние дела Америки влияли на международные отношения. Законы Джима Кроу (распространённое неофициальное название законов о расовой сегрегации в некоторых штатах США), по сути узаконенный расизм, подрывали доверие к Америке как к лидеру за свободу и демократию. Эти законы противоречили идеализму американских взглядов. Нигде это противоречие не воспринималось столь отчетливо, как в Африке. Советская пропаганда в полной мере воспользовалась этим проявлением американского расизма в борьбе с Соединенными Штатами «за африканские сердца и умы». В 1954 году Верховный Суд объявил вне закона расовую сегрегацию в государственных школах в знаковом судебном процессе «Браун против Совета по образованию». Известно, что госдепартамент внес свой вклад в судопроизводство в форме судебной записки, официально представленной Министерством юстиции, в которой был прописан ущерб сегрегации имиджу США во всем мире [1, с. 34]. Три года спустя Эйзенхауэр столкнулся с еще одним кризисом гражданских прав – «дело Литл-рок» [1, с. 39]. Белый дом принял во внимание официальные отчеты посольства из Африки и других стран о том, как иностранная общественность внимательно следила за этими событиями, желая удостовериться в серьезности американских намерений обеспечить соблюдение судебных решений по делу Брауна. Решительное отношение Эйзенхауэра к кризису укрепило международный имидж США. Отдел по делам Африки был создан сразу же после этих двух громких дел.

Также важным шагом, имеющим существенное значение для продвижения внешнеполитических задач США, стало создание Агентства международного развития, реализованное президентом Дж. Кеннеди в 1961 году. Именно проекты этого ведомства выступили противовесом советской политики, направленной на поддержку освободительных или революционных движений в Африке.

Усилия США в области публичной дипломатии в африканском регионе направлены на поддержку политики США, ориентированной на продвижение сильных демократических институтов, поощрение дальнейшего экономического роста на континенте, создание новых политических структур (партий, демократических коалиций, неправительственных организаций), создание многочисленных независимых средств массовой информации, поиск и воспитание новых лидеров из молодежи.

Целью публичной дипломатии для региона является поддержка основных задач внешней политики США. Это государственная безопасность, устойчивое экономическое развитие и содействие в распространении

демократии и соблюдении прав человека. Белый дом позиционирует свою публичную дипломатию как стратегическое партнерство. Четыре основные стратегии для стран Африки южнее Сахары, излагаемые в директивах президента начиная с 2012 года [2], заключаются в следующем:

- укрепление демократических институтов
- стимулирование экономического роста, торговли и инвестиций
- поддержание мира и безопасности
- содействие развитию стран на континенте.

Для этого во внешней политике основное внимание уделяется углублению взаимодействия США с молодыми лидерами в Африке и расширению прав и возможностей маргинальных групп населения и женщин. Также немаловажным аспектом является мониторинг нестабильных и постконфликтных государств и тесное сотрудничество с местными интеграционными группировками на континенте.

В стратегиях национальной безопасности [3] отмечается, что партнерские отношения, которые формирует США, должны быть основаны на ожиданиях африканцев. Это в первую очередь сотрудничество в области электроэнергетики, расширение экономических связей и торговли с Африкой [4], и налаживание обширных связей в области безопасности.

Руководством и обеспечением государственных программ по укреплению демократических институтов в Африке занимаются подразделения по публичной дипломатии и связям с общественностью в африканском отделе. В их зону ответственности также входит работа с населением для улучшения понимания ценностей США и пропаганда приоритетов США.

Американские и местные сотрудники, занимающиеся публичной дипломатией, работают в 50 посольствах и консульствах США в странах Африки южнее Сахары. Основные группы населения, с которыми они работают, это молодежь, женщины, предприниматели, журналисты, лидеры гражданских обществ, ученые, а также члены диаспор, проживающих в Соединенных Штатах. Ключевые направления деятельности включают в себя преподавание на английском языке, консультирование по вопросам образования и культурных программ для привлечения аудитории к американским ценностям. Большая часть этой работы осуществляется в американских «пространствах» (библиотеки, культурные центры, информационно-ресурсные центры) в регионе. Личные контакты и программы обменов, такие как Фулбрайт (Fulbright), Хамфри (Humphrey), Международная программа посещения лидеров (International Visitor Leadership Program), а также другие многочисленные программы культурных обменов, остаются наиболее эффективными формами публичной дипломатии в Африке.

Наиболее популярными и широко распространёнными программами, которые проводятся США на континенте, являются: Fulbright Students & Scholars, UGRAD Africa, Fulbright-Fogarty Fellowships in Public Health; Mandela Washington Fellowship for Young African Leaders; American Youth Leadership Program; International Visitor Leadership Program (IVLP); International Writing Program (IWP); TechWomen. В них участвует большинство Африканских стран.

Таблица 1

Страны, в которых проводится программа Фулбрайт

Fulbright Students & Scholars
Ангола, Бенин, Ботсвана, Буркина Фасо, Камерун, Чад, Коморы, Конго, Кот-д'Ивуар, Демократическая Республика Конго, Эфиопия, Габон, Гамбия, Гана, Гвинея, Кения, Лесото, Мадагаскар, Малави, Мали, Мавритания, Mauritius, Мозамбик, Намибия, Нигер, Нигерия, Руанда, Сенегал, Сейшелы, Сьерра-Леоне, Южная Африка, Судан, Свазиленд, Танзания, Того, Уганда, Замбия, Зимбабве

Таблица 2

Страны, в которых проводится программа UGRAD (Global Undergraduate Exchange program)

UGRAD Africa
Ангола, Гана, Мавритания, Мозамбик, Нигер, Южная Африка, Уганда, Замбия, Зимбабве

С 1948 по 2014 годы 11,558 африканцев стали участниками программы Фулбрайт, получили стипендии и посетили Соединенные Штаты, в свою очередь 5,145 американцев за аналогичный период учились в Африке. В 2014 году 258 африканских стипендиатов отправились в США, а 190 американцев посетили Африку. Исходя из данных Open Doors Data [5], большинство африканских студентов, которые посещают Америку, из Нигерии (7,316 человек), Кении (3,516), Ганы (2,863), Южной Африки (1,816), Эфиопии (1,463) и Зимбабве (1,170).

Анализируя данные о расходах США на страны Африки, можно выделить наиболее приоритетные регионы, представляющие непосредственный интерес для Соединенных Штатов. Это в первую очередь самые динамично развивающиеся государства и крупные экспортеры ресурсов на континенте. В Западной Африке это Нигерия, Кот-д'Ивуар и Сенегал, в Южной – ЮАР, в Восточной – Кения, Зимбабве, Танзания и Уганда, в Центральной – Демократическая Республика Конго.

Таблица 3

Расходы США на публичную дипломатию в странах Африки в 2014 году [6]

Название страны	Финансирование
Нигерия	\$4,238,219
Южная Африка	\$3,127,100
Кения	\$1,593,291
Зимбабве	\$1,485,807
Кот-д'Ивуар	\$1,183,040
ДРК	\$1,005,865
Эфиопия	\$921,465
Мозамбик	\$917,061
Сенегал	\$906,162
Уганда	\$829,656

Танзания	\$798,761
Камерун	\$794,960
Замбия	\$734,025
Нигер	\$716,308
Буркина Фасо	\$661,880
Ангола	\$655,862
Гвинея	\$632,527
Судан	\$629,270
Мадагаскар	\$628,369
Бенин	\$607,578
Руанда	\$579,597
Либерия	\$575,754
Того	\$559,213
Гана	\$549,873
Ботсвана	\$536,318
Мали	\$531,962
Малави	\$510,596
Намибия	\$453,446
Чад	\$353,117
Маврикий	\$347,528
Свазиленд	\$341,411
Эритрея	\$323,430
Мавритания	\$318,901
Сомали	\$249,889
Сьерра-Леоне	\$243,319
Бурунди	\$242,259
Конго	\$239,646
Гамбия	\$208,850
Джибути	\$194,358
Кабо Верде	\$187,597
Южный Судан	\$159,760
Габон	\$158,500
Экваториальная Гвинея	\$142,154
ЦАР	\$129,156
Лесото	\$101,426
Гвинея-Бисау	\$59,095

Основная часть расходов на публичную дипломатию направляется на поддержку стратегических целей распространения и поддержки демократии, а также финансовую помощь в регионах. На втором месте идет финансирование образовательных программ и молодежи. Также распространенной категорией расходов является поддержка и финансирование различных инициативных миссий и «американских пространств».

Большое внимание США уделяет распространению независимых средств массовой информации. "Голос Америки" транслируется в Африке на шестнадцати языках: английском, хауса, суахили, французском, кирунди, киньяруанда, амхарском, португальском, сомалийском, тигринья, афаан

оромо, шона, ндебеле, бамана и санго. Телерадиовещательная сеть в первую очередь транслирует местные, региональные и международные новости. Программы, запускаемые в эфир, ориентированы на молодёжь и женщин, поднимают темы здоровья и другие важные вопросы. Большинство программ включают в себя общественные шоу для привлечения слушателей и опросы местных политических лидеров. Основной канал распространения и донесения информации до аудитории - радио, однако телевизионная сеть тоже быстро растёт. С распространением интернета многие эфирные программы стали иметь различные виды сетевого взаимодействия через собственные сайты и социальные сети. В странах, где широко распространена мобильная связь, также используются различные мобильные технологии для увеличения охвата аудитории.

Эфирные программы "Голоса Америки" на английском языке для Африки охватывают аудитории в стратегических районах континента с помощью мультимедийного контента, который нацелен на:

- 1) Образованную часть населения (тех, кто может говорить по-английски и имеет хотя бы некоторое начальное школьное образование).
- 2) Жителей городов (студентов, государственных чиновников, офисных работников, абитуриентов и молодёжь).

Например, эфирная программа «Английский для Африки» (English to Africa) стремится сообщать о критических новостях и вовлекать аудиторию в дискуссии о текущих событиях для того, чтобы улучшить их понимание и побудить к дальнейшему участию в происходящем. Основная цель эфиров - предоставлять своевременные новости о мировых, африканских и американских событиях утром, вечером и в выходные дни, а также обеспечивает углубленное обсуждение вопросов, начиная от политики, общества, здравоохранения, заканчивая вопросами образа жизни, проблем молодёжи и спорта. Кроме того, в эфире очень часто транслируются африканские музыкальные шоу, не встречающиеся ни на одной конкурирующей местной или международной станции, представляя широкий спектр традиционных и современных музыкальных произведений из всех стран Африки. Другие примеры, телевизионная программа «Африка 54» (Africa 54), которая информирует телезрителей о событиях в Африке, Соединенных Штатах и в мире; «Откровенный разговор - Африка» (Straight Talk Africa) - открытый диалог с участниками в эфире на повседневные темы, представляющие традиционный интерес для африканцев; «Говорим о здоровье» (Health chat) - прямой эфир на темы здоровья со звонками в программу от зрителей, в котором пытаются поднять общий уровень медицинской грамотности африканцев.

Помимо этого, в большинстве стран поддерживаются или создаются локальные печатные или интернет-издания на местных языках или же языках бывших метрополий, в которых публикуется приблизительно такой же спектр информации, что и по телерадиовещанию.

В заключение хотелось бы отметить, что несмотря на то, что финансирование, выделяемое правительством Соединенным Штатам на публичную дипломатию в Африке в несколько раз ниже финансирования для «приоритетных стран» (страны Ближнего Востока, страны бывшего Советского лагеря), тем не менее результаты можно назвать положительными. Опросы общественного мнения в Африке показывают очень высокий одобрения Америки и ее действий. В среднем от 65 до 90 процентов общественности [8] на континенте одобряют президентов США,



в особенности Барака Обаму [7]. Но поддерживать или оправдывать ожидания, заложенные в таких высоких рейтингах, трудно. Несмотря на всеобщее общественное мнение, в Африке есть очаги антиамериканизма, которые сохраняются из-за затяжной вражды времен холодной войны в некоторых странах и среди экстремистских группировок в Сахеле и на Африканском Роге.

#### **ЛИТЕРАТУРА**

1. Mary L. Dudziak. Brown as a Cold War Case// The Journal of American History. 2004. Vol. 91, Jun., №1, pp. 32-42
2. Presidential Policy Directive - Requirements of the National Defense Authorization Act. – Access mode: <https://www.hsdl.org/?view&did=701475> (date of treatment: 03.12.2018).
3. National Security Strategy 2015. – Access mode: <http://nssarchive.us/wp-content/uploads/2015/02/2015.pdf> (date of treatment: 03.12.2018).
4. National Security Strategy 2017. – Access mode: <https://www.whitehouse.gov/wp-content/uploads/2017/12/NSS-Final-12-18-2017-0905.pdf> (date of treatment: 03.12.2018).
5. Open Doors 2014 Report. – Access mode: <https://www.iie.org/Why-IIE/Announcements/2014-11-17-Open-Doors-Data> (date of treatment: 27.11.2018).
6. 2015 Comprehensive Annual Report on Public Diplomacy. – Access mode: <https://www.state.gov/documents/organization/247332.pdf> (date of treatment: 27.11.2018).
7. This map shows that Obama is really, really popular in Africa. – Access mode: <https://www.washingtonpost.com/news/worldviews/wp/2013/06/28/this-map-shows-that-obama-is-really-really-popular-in-africa/> (date of treatment: 07.12.2018).
8. U.S. Still Leads China in Leadership Approval in Africa. – Access mode: <https://news.gallup.com/poll/184481/still-leads-china-leadership-approval-africa.aspx> (date of treatment: 07.12.2018).

#### **US PUBLIC DIPLOMACY IN AFRICA: ORIGINS AND CURRENT STATE**

**Solonovich E. Y.**

This article focuses on US public diplomacy on the African continent. The author points to the possible sources of this type of diplomacy in Africa and considers the main directions of the US activities. Among them, it is important to note such measures as the promotion of democratic institutions, economic influence, the creation and promotion of numerous mass media, the search and education of new leaders from youth, as well as work with the population

(students, women, etc.). The article is relevant because in Russia this issue is given little attention, which it undoubtedly deserves.

**Keywords:** Africa, USA, Public Diplomacy, US Agency for International Development, US Department of State, Bureau of African Affairs, young leaders, Voice of America.

УДК 32.019.51

# СКАНДАЛ КАК ПОЛИТИЧЕСКОЕ СОБЫТИЕ

---

Старовойтова Мария Дмитриевна,  
Зиновьева Екатерина Николаевна,  
Студенты Российского Университета Дружбы Народов

Скандалные политики. Кто они? Люди, не умеющие подчищать неудобные факты своей биографии или хладнокровные стратеги, оборачивающие компромат в прирост поддержки электората. Сколько раз в мировой политической истории публичное раскаяние приносило больше очков, чем безупречная репутация оппонента. Данное исследование направлено на то, чтобы понять, где проходит та грань для политического деятеля, когда утечка личной информации может помочь солидаризироваться с электоратом или отворотить его от себя. Это попытка на примере ярких политических провалов проанализировать, как участники событий поворачивали их в свою пользу, как работают их политтехнологи, как провоцируются скандалы и зачем устраиваются утечки информации.

**Ключевые слова:** политический скандал, политический менеджмент, политические технологии, политический пиар, политическая борьба, политический имидж, репутация, избирательные стратегии, сторителлинг, имиджмейкинг.

В современной действительности ввиду существования многопартийности и полярности мнений в публичной сфере, политические субъекты сталкиваются с необходимостью привлечения внимания электората. Политический скандал является одним из универсальных методов для эмоционального воздействия на избирателя. Также методология применения политического скандала в политическом пиаре исследована достаточно для проведения качественного анализа влияния скандалов на предвыборную кампанию отдельно взятого политика. В контексте данной работы политический скандал рассматривается как политическое событие, являющееся одним из наиболее популярных методов политического пиара. Некоторые скандальные события создают либо сами политики, либо их команда политтехнологов.

Для дальнейшего рассмотрения и анализа необходимо разобраться с терминами. В традиционном понимании скандал является «социокультурным феноменом, выражающимся в нарушении морально-этической нормы, получившем широкую огласку, либо в социальных последствиях этого нарушения.» [1] В частности же политический скандал может быть определён как «Получившее многократную разножанровую реализацию публичное конфликтное общение вокруг события,

нарушающего этические нормы, и влияющее на политическую ситуацию».  
[2]

Политическое событие, в свою очередь, является «фактом, имевшим место в какой-либо из сфер жизни общества, на международной арене и оказавший воздействие на политические процессы, так или иначе повлиявший на деятельность субъектов политики». [3] Взаимосвязь политического события и политического скандала определяется степенью взаимосвязи и распространением обоих аспектов в общественном дискурсе.

Начать рассмотрение применения технологии использования политического скандала в СМИ стоит с упоминания так называемого феномена «Зоны Уэйта». [4] В 1960 году исследователем технологий пиара и социального программирования Тедди Уэйтом была выпущена книга «Деланье президента». В ней доказывался тезис о том, что чрезмерно «глянцевый» эффект политика, создаёт его искаженный образ в глазах электората из-за того, что идеализированный имидж не вызывает доверия. Куда более эффективным методом добиться предрасположенности избирателей является технология публичного оглашения не самых приятных деталей деятельности политика, зачастую даже с прибеганием к разворачиванию полноценного скандала. При таком подходе рушится психологический барьер «свой-чужой» и имидж политического субъекта начинает восприниматься гораздо более доверительно, так как избиратель видит в кандидате живого человека со своими несовершенствами. Создаётся иллюзия того, что вся правда о кандидате и так известна, в особенности, если он не уклоняется от неприятной информации и ничего нового вскрыться не может. Как отмечает В.Н. Амелин, «в ходе политической борьбы имидж используется как символический капитал, обладающий порой даже большей силой, чем социальный или политический» [5], следовательно, грамотно сконструированный имидж политика способен исключительно положительно и благоприятно повлиять на исход предвыборной кампании для него. Более того, самостоятельное прописывание и огласка компромата кандидатом совместно с имиджмейкером позволяет не только представить скандальную информацию в выгодном ключе, но и избежать вероятности её огласки из иного источника, где уже конкурент может воспользоваться ситуацией и провести кампанию черного пиара, после которой имидж может быть надолго запятнан.

В политике скандал может использоваться для достижения различных целей. Вкратце рассмотрим самые основные из них.

Как отмечают авторы книги «Уши машут ослом. Современное социальное программирование» Д. Г. Гусев, О. А. Матвейчев, Р. Р. Хазеев, С. Ю. Чернаков, грамотный имиджмейкер должен осветить скандальные факты из жизни своего клиента, «вытащить на свет некоторые скелеты из шкафа» иначе имидж политика будет плоским, «как глянцевый плакат». Само собой разумеется, не каждый «тёмный» факт сыграет на руку в продвижении политика, подойдут лишь те, которые либо «меркнут на фоне достоинств, либо делают клиента более человечным, либо только по видимости являются недостатками, а на самом деле, в глазах избирателей, – скорее достоинство». Если не готовить компромат на самого себя, не планировать утечек потенциально скандальной, интересной для публики информации – подобной возможностью непременно воспользуются

оппоненты, и в таком случае умело уйти от скандала и спасти репутацию политика будет весьма непросто.

Мы живём в информационном обществе, в эпоху, когда каждый день человек обрабатывает огромные объёмы информации, следовательно, с данным фактом нужно считаться и всегда помнить прописную истину: чтобы событие запомнилось, оно должно быть ярким, зрелищным, внезапным. Скандалы как ничто другое подходят политикам для того, чтобы напомнить общественности о своём существовании, а также стать известнее и популярнее. [6]

Скандал занимает некое срединное положение между развлечением для масс и серьёзностью, которая в некоторых случаях может граничить с опасностью для политика. В связи с этим нельзя забывать, что скандал способен, что называется, «подмочить репутацию» политика, и с таким способом продвижения нужно быть осторожным.

Некоторые политики, оказавшиеся в эпицентре скандала, чувствуют себя уверенно, как рыба в воде, мастерски используют его в собственных целях, филигранно уворачиваясь от обвинений и нападков, и даже, в конце концов, расширяют благодаря этому круг своих потенциальных сторонников и избирателей. Секрет подобных ситуаций зачастую прост: скандал был продуман заранее.

Также в данном контексте нельзя забывать о расхожем приеме сторителлинга, стремительно набирающего обороты в технологиях политического пиара. Данная технология основана на том, что субъект политики, в ходе предвыборной кампании прибегает к спекуляции на персонализации его самого или представляемого им института. Сторителлинг предполагает раскрытие кандидатом личной информации о своей жизни, зачастую не связанной с конкретной программой и актуальной повесткой. Этот приём помогает электорату увидеть в кандидате не отстраненного чиновника, а достойного представителя волеизъявления народа, готового выражать их интересы. Чаще всего избиратель ориентируется на личностный фактор в отношении того или иного кандидата, а не на его политическую программу. Поэтому крайне важным и эффективным средством повышения рейтинга кандидата является демонстрация его не только как институционализированного представителя своей программы, но и как обычного человека, понимающего и осознающего нужды и потребности народа. В 2021 году партия Единая Россия в своем агитационном предвыборном ролике смогла успешно воспользоваться данным приёмом. В ролике выступил глава МИД РФ Сергей Лавров с рассказом о том, почему ему важна судьба России. Он рассказал о проведенном в юности времени в трудовых лагерях, о том, как любит отдыхать и даже зачитал стихи собственного сочинения. Несмотря на статус сурового лидера, представляющего интересы страны за рубежом и стремление подкрепить образ непоколебимого в своих решениях руководителя, Сергей Лавров не пренебрегает возможностью показать себя с неофициальной стороны, проявив себя выходцем из народа и доказав тем самым, свою неотделимость от проблем граждан. Такая пиар технология со стороны Единой России позволяет поднять рейтинг партии на выборах, повышая уровень доверия среди тех избирателей, которые считали представителей власти полностью изолированными от проблем граждан.

Приём сторителлинга является одним из основополагающих в технологии политического скандала. Политический скандал может быть

построен как на фактах из личной жизни политика, так и на громких политических делах. Так как манипулировать личностным фактором гораздо проще, чем официальными заявлениями или переговорами, большинство политических скандалов строится именно на биографических фактах из личной жизни субъектов политики. Важно упомянуть, что незапланированный политический скандал может как благоприятно, так и крайне негативно сыграть на рейтинг задействованных в нем лиц. Репрезентативен пример скандала, в котором был замешан уже упомянутый в контексте данной работы Сергей Лавров. В завершение своего выступления 11 августа 2015 года в ходе пресс-конференции с министром иностранных дел Саудовской Аравии Аделем аль-Джубейром глава МИД РФ, по неосторожности позволил себе нецензурное грубое выражение, что моментально получило широкую огласку в СМИ. В западных реалиях репутация Сергея Лаврова как политика могла бы быть уничтожена, как и при низком уровне поддержки среди населения. Тем не менее, благодаря грамотному позиционированию Лаврова как политика и лидера, этот скандал только сыграл ему на пользу, повысив рейтинг среди населения. Так как в общественном сознании давно закрепился образ главы МИД РФ, как человека из народа, благодаря умелому использованию технологии сторителлинга, жители России скорее были готовы поддержать его реплику, полагаясь на справедливую оценку происходящего с его стороны. Немаловажно упомянуть и то, что градус скандала был понижен благодаря комментарию Сергея Лаврова, касательно ситуации. Он объяснил эту ситуацию так: «Я не выходил из себя. Извините, ну не я один попадаю в ситуацию, когда микрофон оказывается не выключен» [7]. Следовательно, данный пример наглядно доказывает, как скандал может сыграть на пользу при умелом использовании приема сторителлинга и высоком рейтинге политика.

Существуют политики, которые мастерски умеют обращать возникающие вокруг них скандалы в свою пользу, использовать их в собственных целях. Виртуозом в этом деле и ярким примером подобного рода политика можно считать бессменного лидера партии ЛДПР Владимира Жириновского. Перечисление всех скандалов, участником и непосредственным инициатором которых является Владимир Вольфович, заняло бы ни одну страницу печатного текста, поэтому ограничимся наиболее «нашумевшими» из них: [8]

- В 1995 году в прямом эфире передачи «Один на один» Владимир Жириновский плеснул водой в лицо Борису Немцову, после чего швырнул в него стакан.

- В 2003 году в интернете появилось видеообращение Жириновского к Президенту США Джорджу Бушу, в котором Жириновский резко осуждает политику США касательно войны в Ираке и в нецензурной форме отзывается о Буше.

- В 2018 году, на транслировавшихся по телеканалу «Россия-1» дебатах, посвящённых президентским выборам, между Жириновским и Ксенией Собчак возник конфликт. После замечания Собчак в адрес Владимира Вольфовича последний, назвав её «дурой» велел ей замолчать. В ответ женщина плеснула в лицо Жириновскому водой. Это привело к тому, что лидер ЛДПР в грубой форме, нецензурно обругал её в прямом эфире федерального телеканала [9].

- В конце октября этого года Жириновский предложил заставить депутата Госдумы Валерия Рашкина, в багажнике машины которого нашли тушу убитого лося, «сожрать целиком эту косулю или лося. Пока не закончит – не выпускать» [10].

Также эталонным примером политика, который решил получить известность таким путём, является депутат Государственной Думы Виталий Милонов, прославившийся благодаря своим эпатажным законопроектам. В числе наиболее скандальных предложений парламентария – призывы наделить эмбрионы гражданскими правами, запретить преподавание в школах теории Дарвина, создать в Санкт-Петербурге полицию нравов из казаков и многое другое.

Однако, когда речь идёт о скандале с целью пиара, важно помнить, что это не единственный и верный, беспроигрышный путь, а лишь один из возможных способов продвижения кандидатуры. Средства массовой информации с удовольствием будут распространять «горячие новости», что, конечно же, на определенном этапе положительно скажется на узнаваемости политика. Но есть риск чрезмерного пресыщения инфополя, и скандальная слава может принести своему обладателю в последствии лишь репутационные потери. Это и произошло в случае Жириновского: вследствие постоянного нахождения депутата в центре скандалов, едва ли избиратели будут воспринимать его всерьёз.

Возвращаясь к Милонову, можно отметить, что огромное количество странных инициатив привело к тому, что теперь россияне воспринимают парламентария с явным отторжением, как отъявленного скандалиста, и не ждут от него ничего, кроме очередной эпатажной выходки. В конце концов, Виталий Милонов стал первым российским депутатом, лишения мандата которого по причине «целой серии абсурдных инициатив и бредовых выходов» требовали не только избиратели его округа, но и публичные лица, деятели науки и культуры, а также его сопартийцы из «Единой России», так как он портит имидж Северной столицы и закрепляет за Санкт-Петербургом славу «города абсурдных законодательных инициатив» [11]. На сайте интернет-платформы «Демократор» была создана соответствующая петиция, и всего за двое суток с момента её публикации, «за» отставку депутата проголосовало более 6000 человек, «против» - 700. [12] Несмотря на это, сбор подписей не привёл к отзыву Милонова: однако в долгосрочной перспективе подобные события наложили своеобразный отпечаток на репутацию парламентария.

Рассмотрим кардинально противоположный случай, который можно считать примером грамотного самопиара: в 2018 году министр труда по Саратовской области Наталья Соколова выступила против повышения прожиточного минимума на 500 рублей, заявив, что можно жить и на 3500 рублей в месяц. [13] Затем в дискуссию с ней вступил местный депутат от КПРФ Николай Бондаренко. После спора на довольно повышенных тонах он публично предложил Соколовой в качестве эксперимента вдвоём прожить на 3500 рублей в месяц. В скором времени она была уволена, а сам Бондаренко не отказался от идеи провести данный эксперимент, получивший название «министерская диета», по итогам которой депутат похудел на 7 килограммов [14]. Таким образом, ему удалось одним выстрелом убить сразу двух зайцев: во-первых, привлечь внимание общественности к довольно низкому уровню жизни в стране, а во-вторых, обращаясь к столь актуальной в России проблеме, довольно успешно

набрать себе «политические очки». Согласно опросу ВЦИОМ, по состоянию на 30-е сентября 2021 года по уровню доверия Бондаренко (3,9% опрошенных) обошёл таких политиков федерального уровня, как Г.А. Зюганов (3,7%), П.Н. Грудинин (3,6%) и С.М. Миронов (1,8%) [15].

Таким образом, подытожив вышесказанное, можно прийти к следующему выводу: конечно, пиар политика путём скандала – это верный способ быстро стать известным, однако с подобной славой нужно уметь обращаться. В то же время, у подобной тактики продвижения политического субъекта есть один большой недостаток, с которым нужно считаться: за пиаром путём скандала часто тянется шлейф негативных ассоциаций.

Если политику нужно напомнить о своём существовании в политическом пространстве, скандал – это проверенный и весьма неплохой способ. Однако, когда политическая карьера у субъекта уже довольно успешна, ряд скандалов, в которых будет фигурировать его имя, лишь навредит в дальнейшей перспективе.

Скандалы, однако, можно использовать не только как средство самопиара, благодаря которым они могут стать известнее, но и как «грязный», но эффективный способ устранения соперников с политической арены.

Помимо уже упомянутых выше случаев, когда скандальные события создаёт сам политик, либо же они инсценируются командой политтехнологов, также могут возникнуть и форс-мажорные, незапланированные ситуации – скандалы, нацеленные на очернение имиджа того или иного политического субъекта. В таком случае политик и его «команда» должны грамотно на него среагировать, чтобы как минимум «удержаться на плаву» и выйти сухим из воды, а как максимум – использовать возникший «хайп» в своих целях.

Политикам нужно всегда быть начеку и готовыми отражать любые нападки и посягательства на их репутацию, равно как и помнить: противники в любой момент могут устроить крупный скандал.

Предвыборные кампании 2021 года также не обошлись без подобных случаев. Так, например, на одном из сайтов знакомств накануне выборов появилась фейковая анкета Марии Прусаковой, кандидата в депутаты Госдумы по Рубцовскому округу №40. Хотя, как отмечает сама Мария, это даже добавило ей «популярности в соцсети «Одноклассники», где мы недорабатывали» [16].

Этой же методики очернения соперника придерживались и неприятели Марины Воробьевой, кандидата в городской совет Оби в Новосибирской области. Как сообщают местные СМИ, недоброжелатели зарегистрировали женщину создали на некоем специфическом интернет-сайте, предоставляющем пользователям «интимные встречи». Несмотря на то, что фейковую страничку довольно быстро удалили, неизвестные успели разослать ссылку на неё знакомым и избирателям кандидата [17].

В подобной ситуации весьма действенной была бы тактика «ответного удара»: если кандидату удастся опровергнуть инсинуации и доказать, что распространением ложной информации занимаются конкретные политические оппоненты, таким образом можно будет не только набрать политически очки, но и в ответ запятнать репутацию нечистых на руку соперников.



В качестве примера, иллюстрирующего, каким образом скандал как политическое событие способен нарушить обычное положение дел в политической действительности и оказать влияние на дальнейшее её состояние, можно привести грандиозный «Моникагейт», или «Левинскигейт», который более известен как сексуальный скандал с участием 49-летнего Президента США Билла Клинтона и 22-летней Моникой Левински, проходившей стажировку в Белом Доме.

Некоторые эксперты отмечают, что здесь имела место попытка политических конкурентов «подставить» Клинтона. Вместо того, чтобы тихо «замять» инцидент, было проведено расследование, в котором фигурировали улики в виде телефонных разговоров, тайно и исключительно «из патриотических мотивов» записанных подругой Левински и сотрудницей министерства обороны Линдой Трипп, а также знаменитого платья Левински. Весь мир наблюдал за попытками опозоренного президента оправдаться. К слову, стоит отметить, что в 1998 году Демократическая партия, членом которой являлся Клинтон, была в меньшинстве в обеих палатах Конгресса. И несмотря на то, что импичмент Клинтону так и не объявили, по итогам следующих выборов кресло президента Соединённых Штатов занял представитель конкурирующей республиканской партии.

Данный случай показателен и с другой стороны. В случае, когда скандал грозит разрушить так скрупулёзно построенный имидж политика, нужно уметь грамотно от него уйти. Команда Клинтона постаралась вывести последнего из эпицентра скандала, попытавшись сместить вектор повестки дня, отвлечь общественность от возникшей проблемы, переключить внимание. По словам авторов книги «Уши машут ослом. Современное социальное программирование», в разгар сексуального скандала у Соединённых Штатов Америки внезапно испортились отношения с Ираком. «И все стали писать не о Монике, а о Хусейне». Действительно, достаточно лишь взглянуть на даты: 19 декабря 1998 года Палатой Представителей был объявлен импичмент Клинтону, и параллельно, с 16 по 19 декабря 1998 года США провели против Ирака военную операцию, которая впоследствии получила название «Пустынный лис». Сложно сказать, насколько успешной была данная попытка «переключения внимания», ведь замять скандал и полностью забыть о нём не удалось даже спустя десятилетия, однако, вероятно, в тот момент времени, хоть и частично, но сменить повестку дня всё-таки удалось.

Иногда политические скандалы происходят на международном уровне. Действующими лицами в этом случае становятся не конкретные индивиды, а целые государства. Показательным является допинговый скандал 2015 года, также получивший название дела «русского допинга». С 2015 года российские спортсмены вынуждены выступать в условиях санкций, дважды с лишением флага и гимна. Результаты десятка соревнований были пересмотрены, дело касается абсолютно всех участников соревнований на протяжении уже семи лет. Тренеры, спортсмены, представители спортивных организаций и чиновники вынуждены из раза в раз оказываться замешаны в политических скандалах, выполняя дополнительную задачу по их урегулированию, вместо того чтобы продолжать заниматься своими основными обязанностями.

Стоит сказать, что такого рода скандал является сильным ударом для России в целом, так как ещё с советских времён спортсмены в России

воспринимаются как национальные герои, отстаивающие честь и достоинство своей страны, а спортивные успехи приравниваются к политическим. Именно поэтому посягательство на идеологическую базу россиян воспринимается крайне болезненно и является эффективным методом для использования политического скандала в личных не политических целях.

Таким образом можно утверждать, что допинговый скандал является международным политическим рычагом влияния на различные сферы международных отношений, включая не только внешнеполитические события, но и другие аспекты, включая даже олимпийские игры, исторически созданные для налаживания отношений между государствами.

В заключение стоит сказать, что политический скандал является универсальной и крайне эффективной политической технологией. Спектр его использования многогранен и может выступать как метод для повышения рейтинга политика или политического объединения, так и как дискредитирующая технология. Также политические скандалы благоприятно влияют на имиджевую составляющую субъектов политики, так как нейтрализуют «глянцевый эффект», повышая уровень доверия электората к ним. При грамотном использовании политический скандал становится одним из наиболее эффективных методов политической предвыборной борьбы. Одной из основных задач политиков и политтехнологов в современном мире должна являться задача умения обращаться с возникающими скандалами, оборачивая их в свою пользу или грамотно создавать их, повышая свой рейтинг, тщательно следя за тем, чтобы последствия скандалов для конкурентов не были вреднее, чем полученная от них выгода.

---

## ЛИТЕРАТУРА

---

1. Додина А. С. Семиотика политического скандала // Язык и культура (Новосибирск). 2013. №8.
2. Кочкин М.Ю. Политический скандал как лингвокультурный феномен: дисс. канд. филол. наук. - Волгоград, 2003. Jп
3. Загладин Н. В. Событие политическое // Политическая энциклопедия: в 2-х томах. - М.: Мысль, 2000. - Том 2. - С. 419-420.
4. Гусев Д., Матвейчев О., Хазеев Р., Чернаков С. Уши машут ослом. Современное социальное программирование. Пермь: ООО «Студия Зёбра». 2006. - 192 с.
5. Амелин В.Н., Федоркин Н.С. Стратегия избирательной кампании – М., РЦОИТ, 2001. 106 с.
6. Ефанов, А. А. (2020). Тенденциозность освещения политических скандалов и проблема доверия к телевидению. Информационное общество, (4-5), 107-113.
7. «Лавров объяснил своё знаменитое...» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://lenta.ru/news/2016/05/31/db/> (дата обращения: 28.10.21)
8. «Скандалы с участием Владимира Жириновского» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/2458826> (дата обращения: 29.10.21)

9. «Жириновский нецензурно оскорбил Собчак на дебатах у Соловьёва» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/politics/28/02/2018/5a96a8cd9a79473e0a79a662> (дата обращения: 29.10.21)

10. «Жириновский предложил Рашкину съесть лося целиком в качестве наказания» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://ria.ru/20211029/rashkin-1756894457.html> (дата обращения: 29.10.21)

11. «Депутат Милонов портит имидж Северной столицы. Малафеев, Плющенко, Киркоров и Басков требуют лишить парламентария мандата» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.5-tv.ru/news/64329/> (дата обращения: 29.10.21)

12. «В Петербурге идет кампания за отставку депутата Милонова» [Электронный ресурс] – Режим доступа: [https://www.bbc.com/russian/russia/2012/12/121211\\_st\\_pet\\_anti\\_milonov\\_campaign](https://www.bbc.com/russian/russia/2012/12/121211_st_pet_anti_milonov_campaign) (дата обращения: 29.10.21)

13. «Министра уволили за совет жить на 3,5 тысячи» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.ntv.ru/novosti/2086622/> (дата обращения: 29.10.21)

14. «Депутат прожил на 3 500 рублей в месяц. Что он ел, на сколько похудел и чем это всё вообще закончилось» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://medialeaks.ru/2311amv-deputy-diet/> (дата обращения: 29.10.21)

15. «Доверие политикам» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://wciom.ru/ratings/doverie-politikam> (дата обращения: 30.10.21)

16. «Депутат АКЗС Мария Прусакова заявила, что ни разу не пыталась найти себе мужчину на сайте знакомств» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://brl.mk.ru/politics/2021/09/19/deputat-akzs-mariya-prusakova-zayavila-chto-ni-razu-ne-nytalas-nayti-sebe-muzhchinu-na-sayte-znakomstv.html> (дата обращения: 29.10.21)

17. «Жаркие выборы» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://sibkrai.ru/news/2126/946038/> (дата обращения: 29.10.21)

## SCANDAL AS A POLITICAL EVENT

**Starovoytova M. D., Zinovyeva E. N.**

Scandalous politicians. Who are they? People who do not know how to clean up the inconvenient facts of their biography or cold-blooded strategists who turn compromising evidence into an increase in the support of the electorate. How many times in the political history of the world has public repentance brought more points than an impeccable reputation of an opponent. This study aims to understand where the line for a political figure lies, when the leakage of personal information can help approach the electorate or turn it away from the politician. This is an attempt to analyze, using the example of epic political failures, how the participants in the events turned them in their favor, how their political technologists work, how scandals are provoked and why information is leaked.

**Keywords:** political scandal, political management, political technologies, political PR, political struggle, political image, reputation, election strategies, storytelling, image-making.

# ЮРИСПРУДЕНЦИЯ



УДК 34

## **О СОВЕРШЕНСТВОВАНИИ СИСТЕМЫ ПРОФИЛАКТИКИ ПРАВОНАРУШЕНИЙ НЕСОВЕРШЕННОЛЕТНИХ**

**Карданова Диана Мухамедовна**  
К.п.н., преподаватель кафедры ГПД  
филиала АНО ВО «Института деловой карьеры»  
по Карачаево-Черкесской республике

Данная статья посвящена проблемам, которые способствуют формированию личности трудного подростка и путям ее предотвращения. Превентивные мероприятия предполагают разработку и реализацию различных методик правового, педагогического и психологического характера с целью оказания помощи трудным подросткам с делинквентным поведением. Оказание воздействия на подростка должно быть систематическим. В статье предложены усовершенствованные меры планирования и проведения профилактических мероприятий соответствующими органами и структурами, способствующие предупреждению формирования личности трудного подростка, с различными формами отклоняющегося поведения.

**Ключевые слова:** трудный подросток, преступление, правонарушение, семья, семейное воспитание, профилактика, административная ответственность, дезадаптация подростка, делинквентное поведение, девиантное поведение.

Одной из актуальных проблем, возникающих в современном мире является развитие и воспитание духовно - нравственной, интеллектуально развитой личности, в условиях постоянных изменений в правовой, социально-экономической, политической сфере, в условиях, где стали иметь место масса отрицательных явлений, такие как алкоголизм, наркомания, тунеядство, безработица, ну и конечно беспризорность и правонарушения особенно среди лиц, не достигших 18 лет.

Возникает вопрос как не допустить формирования антисоциальной, асоциальной личности? в каком направлении работать, какие меры предпринять, чтобы предотвратить совершение правонарушений, уменьшить количество трудных подростков и молодежи, также важно выявить проблемные точки и пути их решения.

Если говорить о сути проблемы трудного подростка, с разными формами отклоняющегося поведения важно выделить и анализировать

1. Психологический аспект, т. е. знать в какой возможно трудной жизненной ситуации, ему довелось оказаться. Здесь важно понять с кем мы работаем? каков уровень развития и воспитания? каково восприятие окружающего мира? какое количество трудных подростков имеется?

Какие деяния они совершили?

Так например статистика по КЧР показывает, в отдел по делам несовершеннолетних МВД за последние 10 месяцев 2022 года было доставлено 431 подросток, из них 67 по подозрению в совершении преступления, 22 самовольно ушедших из дет домов, 177 совершивших правонарушения, влекущие административную ответственность: из них (2 за употребление психотропных веществ, 22 распитие алкогольной спиртосодержащей продукции, 108 беспризорных. Также выявлено 800 подростков, систематически прогуливающих занятия в школе.

2. Педагогический аспект. Определение педагогами уровня развития его способностей и возможностей, склонности или отсутствие ее к учебе.

Какие взаимоотношения со сверстниками и педагогами

Определение уровня социально дезадаптации, при помощи проведения бесед, тестов и т.д.).

4. Правовой аспект. (определение уровня наличия или отсутствия знаний в области права, правосознания. Какие формы девиантного поведения преобладают?).

С учетом собранной информации и всех вышеперечисленных обстоятельств необходимо:

1. своевременно выявлять и проводить с подростком профилактическую работу, предполагающую:

а) вовлечение их в систему дополнительного образования, включение их в кружки секции по интересам либо вовлечение их в общественные объединения.

б) проведение бесед профилактического характера.

в) создание лагерей для отдыха и труда. (с целью предотвращения безнадзорности и беспризорности)

г) давать подросткам, совершившим административные, дисциплинарные правонарушения (небольшой и средней тяжести), возможность участвовать в осуществлении благотворительной волонтерской деятельности.

2. Своевременное осуществление контроля и надзора за семьей и семейным воспитанием в целом т.к. роль семьи велика для каждого человека, именно там должны закладываться и формироваться задатки подростка, уклад жизни, правила поведения и манеры, склонности, интересы, взгляды на мир, потребности, убеждения, характер, раскрываться способности [3]

Различные отклонения и недостатки, начинают формироваться из-за отсутствия единой позиции у родителей в семейном воспитании, отсутствия внимания и факта доверительных отношений с

несовершеннолетним, из-за недостатка свободного от работы времени, либо сами родители ведут аморальный образ жизни, вовлекая туда и своих детей и т. д. Так за 2022 было привлечено к ответственности 136 родителей за неисполнение родительских обязанностей по содержанию и воспитанию несовершеннолетних детей.

В подобных ситуациях, подросток начинает искать понимания и любви на стороне и становится подвержен в большей степени влиянию различных асоциальных группировок, интернета, СМИ и пр.

Все эти факты способствуют формированию разных пагубных привычек, противозаконному поведению, депрессии, импульсивности, агрессии, отчуждению от семьи и ее ценностей.

Во избежание подобных последствий помимо вышеперечисленных мер также нужно выстраивать правильную

модель семейных взаимоотношений, в основе, которой будут лежать:  
- любовь, уважение, взаимопонимание.

-отзывчивость и заинтересованность родителей не только друг к другу, но к своим детям (к их интересам, потребностям, увлечениям).

-доверительные отношения.

-Своевременное пресечение и поощрение поступков детей, в рамках воспитания.

Семья –это первичная ячейка общества, где осуществляется воспитание и развитие ребенка [2].

Семья- совокупность живущих совместно близких родственников, ведущих совместный быт, реализующих процесс социализации подростка [1]

Любой ребенок должен воспитываться и жить в семье с здоровым микроклиматом, имея право на проживание с ней, заботу, любовь и внимание. {4}.

И чем лучше семейное воспитание, тем выше и уровень развития детей, и меньшая вероятность негативно- отрицательных проявлении поведения подростков.

И считаю, что любая профилактическая работа, прежде всего первично должна начинаться с исследования уровня жизни ребенка, с семьи и семейного воспитания. При наличии недостатков воспитательного потенциала, в первую очередь необходимо их его восполнять.

Таким образом, несовершеннолетние являются наиболее не защищенной категорией граждан, в связи с не окрепшей нервной системой, физиологической и психической незрелостью, отсутствием или сформированностью не в полной мере правосознания и культуры поведения в целом.

Поэтому своевременно проводимые профилактические мероприятия любых отклонений поведения подростка подразделениями ПДН с участием органов опеки и попечительства, министерства по делам молодежи, органами управления образованием, органами внутренних дел, залог формирования успешной личности в будущем.

---

**ЛИТЕРАТУРА**

---

1. Вологодина И.В., Гурова Ю.Ю. Право ребенка жить и воспитываться в семье//Вестник образовательного консорциума Среднерусский университет. Серия: Гуманитарные науки-2017-№6 С.7-9
2. Гришаев С.П. Семейное право. Учебник / С.П. Гришаев - М.: Проспект, 2018-272с.
3. Иванов А.А. Правонарушение и юридическая ответственность. Теория и законодательная практика. М., 2016. С.10
4. Крашенников П.В. Семейное право. учебник/ П.В. Крашенников-М.: Статут, 2016-270с.
5. Кропачев Н. М., Вандышев В. В., Бурлаков В. Н. Криминология. Учебное пособие. – С-Пб.: Питер, 2019.
6. Семейный кодекс Российской Федерации: от 29.12.1995№ 223-ФЗ(ред.от 06.02.2020).
7. Федеральный закон от 24.06.1999 N 120-ФЗ «Об основах системы профилактики безнадзорности и правонарушений несовершеннолетних».

**ON IMPROVING THE SYSTEM OF PREVENTION  
OF JUVENILE DELINQUENCY**

**Kardanova D.M.**

This article is devoted to the problems that contribute to the formation of the personality of a difficult teenager and ways to prevent it. Preventive measures involve the development and implementation of various methods of legal, pedagogical and psychological nature in order to help difficult adolescents with delinquent behavior. The impact on a teenager should be systematic The article suggests improved measures for planning and carrying out preventive measures by relevant bodies and structures that help prevent the formation of the personality of a difficult teenager with various forms of deviant behavior.

**Keywords:** difficult teenager, crime, offense, family, family education, prevention, administrative responsibility, adolescent de-adaptation, delinquent behavior, deviant behavior.

\*\*\*\*\*

---

Учредитель и издатель: Общество с ограниченной ответственностью Издательство  
Концепция Адрес: 390044, г. Рязань, ул. Крупской, д. 17, корп. 1.  
Контактный телефон (933) 600 03 30, E-mail: [Nauka-pravo77@yandex.ru](mailto:Nauka-pravo77@yandex.ru)  
Отпечатано в типографии Общество с ограниченной ответственностью  
Издательство Концепция г. Рязань, ул. Крупской, д. 17, корп. 1.  
Подписано в печать 15.12.2021г. Выход в свет 30.12. 2021г.  
Тираж 100 экз. Заказ № РЗ-21/17. Цена свободная