

## Особенности имиджевых стратегий лидеров системных политических партий в современной России

Александр В. Толочко

*Елецкий государственный университет им. И.А. Бунина,  
Елец, Россия, tolochko@rambler.ru*

Сергей С. Фоменко

*Елецкий государственный университет им. И.А. Бунина,  
Елец, Россия, fomenko-ss@yandex.ru*

*Аннотация.* В статье рассматриваются проблемы, связанные с особенностями имиджевых стратегий лидеров системных политических партий современной России. Особое внимание уделяется констатации, что выборы играют важнейшую роль в любом современном государстве, называющем свой политический режим демократическим. К числу демократических моделей государства относится и Российская Федерация, в которой конституционно закреплены электоральные процедуры избрания властных институтов. Одновременно обосновывается, что избирательные процессы могут иметь место и в странах с другими политическими режимами и чаще всего происходят в условиях ограниченной свободы, полицейского давления, угроз работникам со стороны работодателя, страха населения перед репрессивными действиями государства и т. д. Проведение выборов в таких условиях принимает декоративный характер и не может быть признано легитимным. Авторами высказывается предположение о том, что реализация возможности определения народной воли зависит от множества факторов, главными из которых являются высокий уровень политической культуры граждан и сильное гражданское общество, способное защищать свои права. Именно поэтому проведение свободных, конкурентных и регулярных выборов – важнейший аспект общественно-политической жизни населения демократических стран. Описана специфика обращений лидеров политических организаций, целей, которые они ставят для решения проблем в стране и обществе, создания и манипулирования определенными образами, формирующими социально-психологические условия, способные создавать определенное информационное пространство, и вызывающими эмоциональный отклик, побуждающий избирателя к электоральному действию.

*Ключевые слова:* имиджевая стратегия, системная политическая партия, электоральная активность, имидж, избиратель, политический лидер, оппозиция, предвыборная программа, политическая жизнь

*Для цитирования:* Толочко А.В., Фоменко С.С. Особенности имиджевых стратегий лидеров системных политических партий в современной России // Вестник РГГУ. Серия «Политология. История. Международные отношения». 2022. № 3. С. 129–140. DOI: 10.28995/2073-6339-2022-3-129-140

## Features of image strategies of leaders of systemic political parties in the modern Russia

Aleksandr V. Tolochko  
*Bunin Yelets State University,  
Yelets, Russia, tolochko@rambler.ru*

Sergei S. Fomenko  
*Bunin Yelets State University,  
Yelets, Russia, fomenko-ss@yandex.ru*

*Abstract.* The article examines the issues associated with the peculiarities of image strategies of leaders of systemic political parties in modern Russia. Particular attention is paid to the statement that elections play a crucial role in any modern state that calls its political regime democratic. The Russian Federation is among the democratic models of the state is the Russian Federation, which constitutionally enshrines electoral procedures for the election of power institutions. At the same time, it is justified that electoral processes can take place in countries with other political regimes, and most often occur in conditions of limited freedom, police pressure, threats to employees from the employer, fear of the population against repressive actions of the state, and so on. Holding elections in such conditions takes on a decorative nature and cannot be recognized as legitimate. The authors suggest that the realization of the possibility of determining popular will depends on many factors, the main of which are the high level of political culture of citizens and a strong civil society capable of protecting its rights. That is why the holding of free, competitive and regular elections is the most important aspect of the socio-political life of the population of democratic countries. They also describe specifics in proclamations of the political organizations leaders, the goals they set to solve issues in the country and society, the creation and manipulation of certain images forming socio-psychological conditions that can shape a certain information space and evoke an emotional response that encourages the voter to electoral action.

*Keywords:* image strategy, systemic political party, electoral activity, image, voter, political leader, opposition, election program, political life

*For citation:* Tolochko, A.V. and Fomenko, S.S. (2022), "Features of image strategies of leaders of systemic political parties in the modern Russia", *RSUH/RGGU Bulletin. "Political Science. History. International Relations" Series*, no. 3, pp. 129–140, DOI: 10.28995/2073-6339-2022-3-129-140

Имидж лидера политической партии приобретает огромную значимость в ходе избирательной борьбы, поскольку узнаваемость лидера и его положительный образ влияют на количество голосов избирателей и, как следствие, успех в конкурентной борьбе. Одним из самых важных параметров в процессе создания и продвижения имиджа является владение ораторским искусством. Политическая речь представляет собой коммуникацию между политической партией и избирателями. Помочь политическому лидеру защитить предвыборную программу представляемой им фракции или презентовать населению своего оппонента с целью понизить его рейтинг может такой инструмент, как телевизионные дебаты. Помимо указанных выше функций, они используются для концентрации общественного внимания на имидже выступающего. Всего за несколько десятков минут с помощью теледебатов можно как улучшить свой имидж, так и дискредитировать имидж соперника.

В связи с этим рассмотрим более детально стратегию позиционирования и трансляции имиджа политическими лидерами ключевых системных парламентских партий: Г.А. Зюгановым, В.В. Жириновским, С.М. Мироновым, А.Г. Нечаевым, Д.А. Медведевым.

Г.А. Зюганов почти всегда лично присутствует на теледебатах. Главной отличительной речевой особенностью данного политика является критика ценностей капитализма на примере слабой развитости экономики РФ и незащищенности определенных социальных слоев страны (пенсионеров, многодетных семей, инвалидов). Он часто критикует власть за то, что она не использует разработки партии КПРФ, способные решить те или иные социально-экономические проблемы. Большую часть своей риторики использует для вызова ностальгических чувств у аудитории, но в то же время критикует СССР, указывая на то, что программа КПРФ составлена с учетом ошибок, допущенных советским правительством. Кроме того, сравнивается образ положительного коммунистического прошлого с негативным бэкграундом современного российского правительства с помощью тактики «наклеивания ярлыков» на критикуемые Г.А. Зюгановым объекты. Данный политик предпочитает

разговаривать в публицистической манере и старается задействовать ее лексику в своей речи, так как подобный тип ведения диалога с аудиторией способствует более успешному убеждению электората, интересующегося политической жизнью страны. В полемике чаще всего использует прием доведения до абсурда. Применяется он для того, чтобы доказать несостоятельность чужого мнения путем обнаружения следствий, в которых будут явно видны противоречия оппонента. Однако в открытую конфронтацию Г.А. Зюганов не вступает, предпочитая общаться с оппонентом в умеренном тоне. Вместе с тем в последние годы политический лидер все меньше появляется в публичном пространстве, ограничиваясь только присутствием на дебатах, связанных с голосованием в Государственную Думу. Поэтому аудитория постепенно перестает воспринимать имидж Г.А. Зюганова положительно и его рейтинг стремительно падает. Согласно опросу «Левада-центра», начиная с 2020 г. рейтинг доверия россиян к лидеру КПРФ составляет не более 7%<sup>1</sup>. Повлияли на снижение имиджа лидера коммунистов коррупционные и внутрипартийные скандалы, вызванные неудовлетворенностью некоторых членов партии своим руководителем. Не исключено, что в связи с падением рейтинга лидера КПРФ в 2018 г. в качестве кандидата в президенты от данной партии был выставлен предприниматель П.Н. Грудинин.

В.В. Жириновский всегда лично присутствовал на теледебатах. Главной отличительной речевой особенностью данного политического лидера являлась жесткая критика всех оппонентов и их сторонников. Лидер ЛДПР задействовал свою риторику как инструмент для провокации оппонентов путем оскорблений, подмены понятий, нелогичных аналогий, доведения до абсурда, «наклеивания ярлыков» и атаки вопросами. Часто во время споров с оппонентами делал отсылки в своей речи к проблемам Российской Федерации в 90-х гг. XX в., вызывая у потенциальных избирателей негативные воспоминания и транслируя их таким образом, чтобы аудитория видела причину своих неудач в связке с образом критикуемого оппонента или организации, к которой он принадлежит. Благодаря тому что В.В. Жириновский часто вступал в открытую конфронтацию со своими оппонентами и их сторонниками, теледебаты с участием данного политика всегда носили скандальный

---

<sup>1</sup> Политика (2020): «Левада-центр» опубликовал новые рейтинги доверия политикам // Коммерсантъ. – по адресу: <https://www.kommersant.ru/doc/4251703> (дата обращения 31 марта 2022). Решением Минюста РФ от 5 сентября 2016 г. центр включен в реестр некоммерческих организаций, выполняющих функции «иностранный агент».

характер и становились популярными и цитируемыми среди населения. Однако в отличие от политических лидеров остальных парламентских партий В.В. Жириновский транслировал свой образ путем участия не только в теледебатах, но и в различных ток-шоу, интеллектуальных играх и развлекательных передачах (зачастую не политически ориентированных), где выражал и отстаивал свою точку зрения в отношении тех или иных социально значимых проблем. Риторика выступлений была ориентирована в основном на людей предпенсионного и пенсионного возрастов, но в некоторых случаях обнаруживались попытки выстроить диалог с молодежью. Вместе с тем его выступления, как правило, не имели положительных результатов из-за сильной продвинутой молодого поколения в интернет-сфере и разных точек зрения касательно развития страны. Черты и качества образа лидера ЛДПР всегда были четко определены, ярко выражены и уникальны, что очень положительно влияло на узнаваемость имиджа и эмоциональный отклик избирателей. Тем не менее в последние годы, согласно ряду исследований популярности политических лидеров системной оппозиции, у граждан данный образ все меньше и меньше вызывал какие-либо положительные эмоции.

В последнее десятилетие отмечалась тенденция снижения популярности системных оппозиционных политиков, в том числе и В.В. Жириновского. Опрос, проведенный «Левада-центром» еще в марте 2014 г. по репрезентативной всероссийской выборке городского и сельского населения среди 1603 человек в возрасте 18 лет и старше в 130 населенных пунктах 45 регионов страны, показал, что лидер партии ЛДПР занял первое место в списке политиков, которых население больше не хочет видеть в политическом пространстве, набрав 13% голосов<sup>2</sup>. Объясняется это прежде всего неисполнением обещаний, ограничениями политического образа и мягкой критикой главных действующих лиц страны, что является сильным разочарованием для многих избирателей.

Лидер партии «Справедливая Россия – За правду» С.М. Миронов присутствует лично на дебатах только в ходе избирательных кампаний. Использует в своей речи подмену понятий и атаку вопросами оппонентов. Задействует свою риторику в качестве критики политики партии «Единая Россия» и ЛДПР, однако реального

---

<sup>2</sup> «Наскучившие» и перспективные политики (2014) // АНО Левада-Центр. URL: <https://www.levada.ru/2014/03/25/naskuchivshie-i-perspektivnye-politiki/> (дата обращения 31 марта 2022). Решением Минюста РФ от 5 сентября 2016 г. центр включен в реестр некоммерческих организаций, выполняющих функции «иностранный агент».

политического веса аргументы С.М. Миронова не имеют, так как связаны они с малозначимыми для общества проблемами. Из всех вышеперечисленных политических лидеров появляется в СМИ реже своих оппонентов и, соответственно, имеет самый низкий рейтинг доверия избирателей. В выступлениях ориентируется в основном на людей пенсионного возраста и считает главной целью своих политических действий возрождение социализма в России, однако подчеркивает, что придерживается классического социализма и не признает «сталинизма» и прочих вариаций данного политического режима.

В 2020 г. в политическом пространстве появилась новая партийная организация с соответствующим названием «Новые люди», которой удалось преодолеть 5-процентный барьер на выборах в Государственную Думу РФ в ходе электоральной кампании 2021 г. Основателем и лидером этой системной партии является бизнесмен А.Г. Нечаев (основатель и владелец компании «Faberlic»). В своих выступлениях и программных заявлениях он позиционирует себя в качестве сторонника модернизации государственного управления в целях улучшения качества жизни населения<sup>3</sup>. Достижение этой амбициозной цели, по его мнению, возможно путем обеспечения сменяемости и регулярного кадрового обновления аппарата чиновников всех уровней, сокращения их численности и объема полномочий и, как следствие, экономии бюджета страны. А.Г. Нечаев – приверженец оптимизации распределения финансовых потоков между федеральным центром и региональными бюджетами, массового выделения земельных участков населению под индивидуальное жилищное строительство, изменения правил налогового режима для мелкого бизнеса, внедрения образовательных бизнес-тренингов. В вопросе изменения политического дизайна он ратовал за снижение избирательного барьера прохождения в легислатуры (вместо 5% – 1 миллион голосов избирателей), цифровизацию электоральных процедур, стимулирование электоральной активности граждан на основе балльной системы, либерализацию законодательства в вопросах цензурирования публичного контента и политического дискурса. Таким образом, избирательная стратегия партии «Новые люди» направлена на привлечение голосов так называемого либертарианского электората и людей, разочаровавшихся в действиях прежних системных партий, выведение политически активных граждан из неконтролируемого политического

---

<sup>3</sup> «Стране нужно обновление»: «Новые люди» подвели итоги (2020) // Газета.ру. URL: [https://www.gazeta.ru/politics/2020/12/22\\_a\\_13409918.shtml](https://www.gazeta.ru/politics/2020/12/22_a_13409918.shtml) (дата обращения 31 марта 2022).

протеста, организуемого внесистемной оппозицией. В связи с этим данную политическую партию часто обвиняют в некоторой ангажированности со стороны действующей политической элиты, отмечают спойлерный характер ее предназначения.

Председатель партии «Единая Россия» Д.А. Медведев ни разу не принимал участия в политических дебатах, объясняя это своей занятостью, поэтому настоятельно рекомендовал отстаивать интересы партии своим партийным коллегам. В последние годы население России становится все более индифферентным к политике и, как следствие, принимает меньше участия в избирательных процессах. По данным исследований ряда авторов, в России доля граждан, уверенных в важности и необходимости участия в выборах, примерно такая же, как и во многих странах Восточной и Южной Европы (около 57% граждан), и продолжает падать с каждым годом [Магун, Руднев, Шмидт 2015].

Имиджевая политика парламентских оппозиционных партий постепенно снижает уровень доверия населения и вызывает сомнения в искренности намерений политических лидеров привести свои партии к победе и изменить жизнь граждан к лучшему. Риторика политических лидеров строится на манипулировании теми же образами, что и много лет назад, и уже не производит такого же эффекта на уставшую от одинаковых лозунгов и обещаний аудиторию. Политические программы партий устарели и не предлагают ясного видения будущего страны, а содержат лишь популизм и лозунги, вещи, которые и так понятны большинству граждан, отчего у избирателей теряется надобность в голосовании за партии, которые неспособны отстаивать их интересы или выступить с новыми конструктивными предложениями. Несмотря на попытки создания молодежных площадок, дискуссионных клубов, интеграции имиджа партий в социальные сети и генерирование информационных поводов, для молодых людей оппозиционные парламентские партии давно потеряли свою актуальность. Те технологии, по которым строится имиджевая политика оппозиционных партий, не действуют на современных молодых людей. Развитие Интернета и открытость информационных ресурсов легко позволяет молодежи просмотреть интересующую их информацию о той или иной партии и самим составить о ней мнение. Однако большинству неинтересна политика как явление из-за стагнации образов политических партий и их лидеров. Так, более 80% молодых граждан РФ не интересуются политикой. По-настоящему политика интересна лишь 19% молодежи. Об этом говорится в исследовании «Российское поколение Z: установки и ценности», проведенном немецким Фондом им. Фридриха Эберга совместно

с «Левада-центром»<sup>4</sup>. Доверяют же политическим партиям около 3% опрошенных. К тому же играет свою роль тот факт, что российское политическое пространство уже много лет пребывает в стагнации. Отсутствие новых политических партий, лидеров, руководителей фракций делает политику неинтересной и скучной. А генерация информационных поводов для привлечения внимания к персоне партийного лидера вызывает только негативные чувства у граждан, так как в большинстве своем они не вносят каких-то реальных изменений в существующую политическую конъюнктуру.

В политической науке принято считать, что принципы плюрализма мнений, многопартийности, честности выборов и предоставления одинаковых прав для реализации политического участия каждой зарегистрированной партии являются одними из основных при демократическом режиме. Однако в некоторых государствах существуют так называемые смешанные режимы, включающие в себя черты демократии и авторитаризма. Как правило, возникают подобные режимы в авторитарных государствах вследствие незавершенного демократического перехода [Подлесный 2016, с. 65]. Политолог Е.М. Шульман в статье «Царство политической имитации» отмечает, что западные исследователи, анализирующие гибридные режимы, обращают внимание в основном на декоративность демократических институтов (выборы не ведут к смене власти, разные СМИ вещают одно и то же, «оппозиция» в парламенте голосует так же, как и партия власти, и т. д.), из чего делается вывод о том, что в основе гибридных режимов лежит авторитаризм<sup>5</sup>.

Российские демократические институты крайне зависимы от действий политической партии «Единая Россия». Большая часть членов этой партии занимает руководящие посты в государственном аппарате и способна принимать решения о регистрации новых партий, могущих составить конкуренцию существующим оппозиционным политическим партиям, а также влиять на процедуру выборов, инициируя законы, которые могут оказать положительное влияние на совокупность факторов, мешающих партии получить первое место на выборах. К тому же имиджевая политика оппозиционных парламентских партий приводит к незаинтересованности

---

<sup>4</sup> Общество (2020): более 80% российской молодежи равнодушны к политике // Ведомости. 2020. 30 апр. URL: <https://www.vedomosti.ru/society/articles/2020/04/29/829352-molodezhi-ravnodushni> (дата обращения 31 марта 2022).

<sup>5</sup> Шульман Е.М. Царство политической имитации. Ведомости. 2014. 15 авг. URL: <https://www.vedomosti.ru/opinion/articles/2014/08/15/carstvo-imitacii> (дата обращения 31 марта 2022).

граждан о существующей политической ситуации, дегуманитаризации системы образования, способствующей примитивизации мышления. Вследствие этого можно сделать вывод об образовавшемся политическом кризисе в стране.

В характеристике имиджа политической партии «Единая Россия» мы констатировали, что данную организацию упоминают в СМИ на порядок чаще, чем все оппозиционные парламентские партии. Данный факт является важным в имиджевой политике партии власти, так как отсутствие у граждан интереса к политической ситуации в стране делает население наименее критическим и позволяет «Единой России» манипулировать нужными образами для создания выгодных для партии общественных запросов и патернализации социума с помощью пропаганды на федеральных телеканалах. В основе российской политической пропаганды лежит ограничение влияния негосударственных СМИ на граждан, вплоть до их запрета, а также обеспечение сохранности моноцентрического конструкта власти [Трофимов 2014]. Важным является и тот факт, что государство проводит попытки ограничения свободы в интернет-пространстве через такое ведомство, как Роскомнадзор, созданное по указу Д.А. Медведева в 2008 г.<sup>6</sup> Самыми скандальными и резонансными действиями данной организации стали блокировка анонимного мессенджера Telegram и сайтов оппозиционного политика А.А. Навального, являвшихся инструментами для кооперирования несанкционированных протестных акций 2017–2018 гг.<sup>7</sup> Данные события стали самыми обсуждаемыми в интернет-пространстве и серьезно повлияли на отношение молодежи к парламентским партиям.

Таким образом, следует сделать вывод о том, что политические программы существующих партий не представляют собой особого интереса для избирателей, риторика политических лидеров не меняется уже несколько десятков лет, не оказывая никакого влияния на принятие важных решений в стране. Молодежная программа системных партий не позволяет заинтересовать молодых граждан

---

<sup>6</sup> Указ Президента Российской Федерации от 03.12.2008 г. № 1715 «О некоторых вопросах государственного управления в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций» // Информационно-правовое обеспечение Гарант. URL: <https://base.garant.ru/194444/> (дата обращения 31 марта 2022).

<sup>7</sup> Антикоррупционные митинги проходят в крупных городах России // Ведомости. 2017. 26 марта. URL: <https://www.vedomosti.ru/politics/articles/2017/03/26/682722-antikorrupsionnie-mitingi> (дата обращения 31 марта 2022).

и подтолкнуть их к участию в политических процессах, а отсутствие критики действительно важных для государства проблем разочаровывает и деморализует избирателей.

По результатам выборов в Государственную Думу в 2021 г. «Единая Россия» получила конституционное большинство в Государственной Думе РФ, тем самым став полноценной «политической монополией». Это позволит ей беспрепятственно реализовывать свою политическую волю в вопросах, касающихся дальнейшего развития страны. Партия КПрФ была не удовлетворена процедурой подсчета голосов и попыталась повлиять на ситуацию путем протестных акций, однако никакого эффекта на принятие решения это не произвело. Данный факт очень сильно повлиял на репутацию коммунистической партии и ее лидера Г.А. Зюганова, ухудшив отношение электората партии к имиджу КПрФ. Однако на голосовании в Государственной Думе при принятии важных законов, лоббируемых окружением президента или государственными компаниями, оппозиционные партии почти всегда поддерживают решение партии власти. Таким образом, власть в Российской Федерации стала напрямую ассоциироваться с действиями «Единой России», неформальным лидером которой является президент страны В.В. Путин.

Благодаря тому что почти весь государственный аппарат состоит из членов «Единой России», данная партия задействует административный ресурс в предвыборных кампаниях для обеспечения поддержки и победы на выборах. Данное обстоятельство способствует доминированию одной политической повестки не только на федеральном, но и на региональном уровне, обеспечивая экспансию «Единой России» во всех институтах власти. Все это обостряет предубеждение электората о своей неспособности повлиять на результат выборов, что сильно сказывается на явке избирателей и их персоналистской роли в политическом процессе.

Рассмотрев имиджевую политику лидеров ключевых парламентских политических партий современной России, следует отметить, что в целом процедуры и технологии воздействия оппозиционных парламентских партий на свой потенциальный электорат с целью мотивирования к участию граждан в избирательных процессах представляются нам неэффективными. Можно указать на основные факторы, оказавшие наибольшее влияние на выкристаллизовывание характера качества публичности основных системных политических партий: отсутствие ясного образа будущего в программах оппозиционных партий; множество скандалов, связанных с коррупционной деятельностью руководства политических партий; неэффективная молодежная политика, не способная

выстроить качественный диалог между политическими партиями и молодыми гражданами; стагнация образов политических лидеров партий и, как следствие, угасание интереса со стороны избирателей; отсутствие критики власти со стороны оппозиции по важным проблемам государства; однообразие в риторике партийный лидер и неспособность решать актуальные проблемы общества.

### *Литература*

---

- Магун, Руднев, Шмидт 2015 – *Магун В.С., Руднев М.Г., Шмидт П.* Европейская ценностная типология и базовые ценности россиян // Вестн. обществ. мнения: Данные. Анализ. Дискуссии. 2015. № 3–4 (121). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/evropeyskaya-tsennostnaya-tipologiya-i-bazovye-tsennosti-rossiyan> (дата обращения 31 марта 2022).
- Подлесный, 2016 – *Подлесный Д.В.* Политология: Учеб. пособие. Харьков: ХГУ НУА, 2016. 164 с.
- Трофимов, 2014 – *Трофимов Е.А.* Государственная пропаганда в России в начале XXI в.: политологический очерк // Теория и практика общественного развития. 2014. № 21. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/gosudarstvennaya-propaganda-v-rossii-v-nachale-hhi-v-politologicheskii-ocherk> (дата обращения 1 апреля 2022).

### *References*

---

- Magun, V.S., Rudnev, M.G. and Schmidt, P. (2015), “European value typology and basic values of Russians”, *Bulletin of Public Opinion. Data. Analysis. Discussions*, vol. 121, no. 3–4, available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/evropeyskaya-tsennostnaya-tipologiya-i-bazovye-tsennosti-rossiyan> (Accessed 31 Mar. 2022).
- Podlesny, D.V. (2016), *Political Science: Textbook*, National University of Kharkiv, Kharkiv, Ukraine.
- Trofimov, E.A. (2014), “State propaganda in Russia at the beginning of the 21th century. Political science essay”, *Theory and practice of social development*, no. 21, available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/gosudarstvennaya-propaganda-v-rossii-v-nachale-hhi-v-politologicheskii-ocherk> (Accessed 1 Apr. 2022).

### *Информация об авторах*

*Александр В. Толочко*, кандидат политических наук, доцент, Елецкий государственный университет им. И.А. Бунина, Елец, Россия; Россия, 399770, Елец, ул. Коммунаров, д. 28; [tolochko@rambler.ru](mailto:tolochko@rambler.ru)

*Сергей С. Фоменко*, кандидат политических наук, доцент, Елецкий государственный университет им. И.А. Бунина, Елец, Россия; Россия, 399770, Елец, ул. Коммунаров, д. 28; fomenko-ss@yandex.ru

*Information about the authors*

*Aleksandr V. Tolochko*, Cand. of Sci. (Political Studies), associate professor, Bunin Yelets State University, Yelets, Russia; bld, 28, Kommunarov St., Yelets, Russia, 399770; tolochko@rambler.ru

*Sergei S. Fomenko*, Cand. of Sci. (Political Studies), associate professor, Bunin Yelets State University, Yelets, Russia; bld, 28, Kommunarov St., Yelets, Russia, 399770; fomenko-ss@yandex.ru