
ВОПРОСЫ ВЫПУСК 8(84), 2022 ПОЛИТОЛОГИИ

Научный журнал

Журнал «Вопросы политологии» включен
в Перечень рецензируемых научных изданий
ВАК при Министерстве науки и высшего образования РФ
по политическим наукам, в которых должны быть опубликованы
основные научные результаты на соискание ученой степени
кандидата наук, на соискание ученой степени доктора наук

Журнал включен в Перечень научных изданий
рекомендованных ВАК Республики Узбекистан
для публикации основных научных результатов диссертаций
по политическим и философским наукам

МОСКВА, 2022

ВОПРОСЫ ПОЛИТОЛОГИИ

Научный журнал

ISSN 2225–8922

Журнал включен
в Перечень ВАК РФ

Учрежден

ООО «Издательство
«Наука сегодня»

Журнал зарегистрирован
Федеральной службой
по надзору в сфере массовых
коммуникаций, связи и охраны
культурного наследия

Рег. № ПИ № ФС77–46176
от 12 августа 2011 г.

Журнал издается ежемесячно

Журнал включен в базу РИНЦ
(Российский индекс
научного цитирования)

Включен в каталог
Ulrich's Periodicals Directory
Пятилетний
импакт-фактор журнала: 0, 376

Адрес редакции:
115598, г. Москва, ул. Загорьевская,
д. 10, корп. 4, цокольный этаж,
помещение 1, комната 7-1, офис 4

Тел.: (910) 463-53-42

Интернет-ресурс:
www.voprospolitolog.ru
E-mail: voprospolitolog@yandex.ru

Мнение авторов может
не совпадать с мнением редакции.
При перепечатке ссылка
на журнал обязательна.

Научные статьи, публикуемые
в журнале подлежат обязательному
рецензированию.

Ответственный редактор
Шкурина С.С.

Перевод
Чернышова Е.В.
Компьютерная верстка
Загуменов А.П.

Подписано в печать 26.08.2022

Формат 60×84/8. Объем 38,5

Печать офсетная.

Тираж – 1000 экз.

(1-й завод – 500 экз.)

Заказ № 712

Отпечатано в типографии
ООО «Белый ветер»

115054, г. Москва, ул. Щипок, 28

Тел.: (495) 651-84-56

Председатель Редакционного Совета – ПЛАТОНОВ В.М.,

к.ю.н., заведующий кафедрой политического анализа и управления РУДН,

Председатель Московской городской Думы (1994–2014 гг.)

Редакционный Совет

АВАЗОВ Камиль Халиевич	д.ф. (PhD) по полит. наукам, Региональный центр переподготовки и повышения квалификации работников народного образования Сурхандарьинской области (Узбекистан, г. Ташкент)
АСТВАЦАТУРОВА Майя Арташесовна	д.п.н., профессор, Пятигорский государственный университет (Россия, г. Пятигорск)
БЛОХИН Владимир Владимирович	д.и.н., профессор, РУДН (Россия, г. Москва)
БОЖАНОВ Владимир Александрович	д.и.н., профессор, Белорусский Национальный технический университет (Белоруссия, г. Минск)
ВАНКОВСКА Биляна	профессор политологии и международных отношений факультета философии Университета Святых Кирилла и Мефодия (Македония, г. Скопье)
ВЕЛИКАЯ Наталья Михайловна	д.п.н., профессор, ИСПИ ФНИСЦ РАН, РГТУ (Россия, г. Москва)
ГОНЧАРОВ Пётр Константинович	д.с.н., профессор, Российский университет транспорта (МИИТ) (Россия, г. Москва)
ГРАЧЁВ Михаил Николаевич	д.п.н., профессор, РГТУ (Россия, г. Москва)
ДЭМБЭРЭЛ К.	доктор (PhD), Институт международных отношений АН Монголии (Монголия, г. Улан-Батор)
ЖИЛЫЦОВ Сергей Сергеевич	д.п.н., профессор, Дипломатическая академия МИД РФ (Россия, г. Москва)
КАРАДЖЕ Татьяна Васильевна	д.ф.н., профессор, МПГУ (Россия, г. Москва)
КАССАЕ НЫГУСИЕ В. МИКАЭЛЬ	д.и.н., профессор, РУДН (Россия, г. Москва)
КОВАЛЕНКО Валерий Иванович	д.ф.н., профессор, МГУ им. М.В. Ломоносова (Россия, г. Москва)
КОМЛЕВА Валентина Вячеславовна	д.с.н., профессор, РАНХиГС при Президенте РФ (Россия, г. Москва)
КРИБОКАПИЧ Борис	д.ю.н., Унион–Никола Тесла университет (Сербия, г. Белград)
МЕДВЕДЕВ Николай Павлович	д.п.н., профессор, главный редактор журнала (Россия, г. Москва)
МИХАЙЛОВ Вячеслав Александрович	д.и.н., профессор, РАНХиГС при Президенте РФ (Россия, г. Москва)
НАЗАРОВА Елена Александровна	д.с.н., профессор, МГИМО МИД России (Россия, г. Москва)
НАЗАРОВ Александр Данилович	д.и.н., профессор, МАИ (Россия, г. Москва)
НАСИМОВА Гульнара Орленбаевна	д.п.н., профессор, Казахский Национальный университет им. Аль-Фараби (Казахстан, г. Алматы)
НИСЕНВИЧ Юлий Анатольевич	д.п.н., профессор, НИУ «Высшая школа экономики» (Россия, г. Москва)
ОРЛОВ Игорь Борисович	д.и.н., профессор, НИУ «Высшая школа экономики» (Россия, г. Москва)
ПАХРУТДИНОВ Шукритдин Ильясович	д.п.н., профессор, Институт переподготовки и повышения квалификации руководителей и специалистов системы народного образования имени А. Авлонии (Узбекистан, г. Ташкент)
ПЛЯЙС Яков Андреевич	д.и.н., д.п.н., профессор, Финансовый университет при Правительстве РФ (Россия, г. Москва)
ПРЯХИН Владимир Федорович	д.п.н., профессор, РГТУ (Россия, г. Москва)
ПУСЬКО Виталий Станиславович	д.ф.н., профессор, ВА РВСН им. Петра Великого (Россия, г. Москва)
РУБАН Лариса Семёновна	д.с.н., профессор, отдел исследования проблем международного сотрудничества Института социально-политических исследований ФНИСЦ РАН (Россия, г. Москва)
СЛИЗОВСКИЙ Дмитрий Егорович	д.и.н., профессор, РУДН (Россия, г. Москва)
СЫЗДЫКОВА Жибек Сапарбековна	д.и.н., профессор, ИСАА МГУ им. М.В. Ломоносова (Россия, г. Москва)
ХОПЕРСКАЯ Лариса Львовна	д.п.н., профессор, Киргизско-Российский славянский университет (Киргизия, г. Бишкек)
ШАРКОВ Феликс Изосимович	д.с.н., профессор, РАНХиГС при Президенте РФ (Россия, г. Москва)
ЯН ФУЛИНЬ	проректор Хэйлунцзянского института иностранных языков (КНР, г. Харбин)

Редакционная коллегия

Главный редактор – МЕДВЕДЕВ Н.П., д.п.н., профессор

Абрамова О.Д. (д.п.н.)

Кетягин Г.В. (к.п.н. – зам. гл. редактора)

Насимова Г.О. (д.п.н.)

Шкурина С.С. (к.п.н. – ответ. редактор)

ISSN 2225-8922 (print)

12 выпусков в год и

4 выпуска в год переводной (англ.) версии

Языки: русский, английский

<http://voprosplitolog>

Входит в перечень рецензируемых научных изданий ВАК РФ

Включен в каталог периодических изданий Ульрих (Ulrich's Periodicals Directory: <http://www.ulrichsweb.com>)

Материалы журнала размещаются на платформе РИНЦ Российской научной электронной библиотечки, Electronic Journals Library Cyberleninka

Подписной индекс издания в каталоге агентства Роспечать 70035

Цели и тематика

Журнал ВОПРОСЫ ПОЛИТОЛОГИИ – периодическое международное рецензируемое научное издание в области политических исследований. Журнал является международным как по составу редакционного совета и редколлегии, так и по авторам и тематике публикаций.

Научный журнал издается с 2011 года в издательстве «Наука сегодня». С 2016 года издается переводная (англ.) версия журнала. С момента своего создания, журнал ориентировался на высокие научные и этические стандарты и сегодня является одним из ведущих политологических журналов России.

Цель журнала – способствовать научному обмену и сотрудничеству между российскими и зарубежными политологами.

Журнал предназначен для публикации результатов фундаментальных и прикладных научных исследований. Тематическая направленность журнала отражается в следующих постоянных рубриках: «История и философия политики», «Политические институты, процессы и технологии», «Политическая регионалистика и этнополитика», «Политическая культура и идеологии», «Политические проблемы международных отношений и глобализации».

Формат публикаций: научные статьи, обзорные научные материалы, материалы круглых столов, научные рецензии, научные сообщения, посвященные исследовательским проблемам в сфере политики и политологии.

В своей деятельности редакционный совет и редколлегия журнала руководствуется принципами, определяемыми ВАК России для научных журналов, в том числе: наличие института рецензирования для экспертной оценки качества научных статей; информационная открытость издания; наличие и соблюдение правил и этических стандартов представления рукописей авторами.

Целевой аудиторией журнала являются российские и зарубежные специалисты-политологи, а также аспиранты и магистры, обучающиеся по направлениям политология, государственное и муниципальное управление и международные отношения.

Журнал строго придерживается международных стандартов публикационной этики, обозначенных в документе *COPE (Committee on Publication Ethics)* <http://publicationethics.org>

Полные сведения о журнале и его редакционной политике, требования о подготовке и публикации статей, архив (выпуски с 2011 года) и дополнительная информация размещена на сайте: <http://voprosplitolog.ru>

Электронный адрес: voprosplitolog@yandex.ru

ISSN 2225-8922 (print)

12 issues a year plus

4 issues a year of the translated (eng.) version

Languages: Russian and English

<http://voprosplitolog>

Included in the list of peer-reviewed scientific publications of the Higher Attestation Commission of the Russian Federation

Included in the Ulrich's Periodicals Directory

Materials of the journal are placed on the RSCI platform of the Russian scientific electronic library – Electronic Journals Library Cyberleninka

Subscription index of the journal in the Rospechat Agency catalogue is: 70035

Objectives and themes

Academic journal “Political Science Issues” is an international peer-reviewed scientific periodical in the field of political studies. The journal has an international character because of the composition of its Editorial Board, its editors, its contributing authors and topics of its publications.

The scientific journal is published since 2011 at the “Publishing House “Science Today”. Translated (eng.) version of the journal is published since 2016. Since its inception, the journal was guided by high scientific and ethical standards and today it is one of the leading political science journals in Russia.

The purpose of the journal is to promote scientific exchange and cooperation between Russian and foreign political scientists.

The journal is intended for the publication of the results of fundamental and applied scientific research. Thematic focus of the journal is reflected in the following permanent headings: “History and philosophy of politics,” “Political institutions, processes and technologies,” “Political regionalism and ethno-politics,” “Political culture and ideologies,” “Political problems of international relations and globalization.”

Format of publications: scientific articles, reviews, scientific materials, materials of round tables, scientific reviews, scientific reports devoted to research problems in the field of politics and political science.

The Editorial Board and the editors of the journal in their activities are guided by the principles defined by VAK of Russia for scientific journals, including: presence of the institute of peer review for the expert quality assessment of scientific articles; information openness of the publications; availability and compliance with the rules and ethical standards for the submission of manuscripts by the authors.

The target audience of the journal is Russian and foreign specialists-political scientists, as well as graduate students and masters in the fields of political science, state and municipal management and international relations.

The journal strictly adheres to the international publishing standards and publication ethics identified in the *COPE (Committee on Publication Ethics)* document. <http://publicationethics.org>.

Full details of the journal and its editorial policy, requirements to the preparation and publication of articles, archive (issues since 2011) and additional information are available on the website: <http://voprosplitolog.ru>

E-mail address: voprosplitolog@yandex.ru

СОДЕРЖАНИЕ

ИСТОРИЯ И ТЕОРИЯ ПОЛИТИКИ

Солодова Г.С.

Идеология как источник социальной власти..... 2552

Порошков М.М.

Особенности распространения идеологических концептов
в современном политическом дискурсе 2559

Прончев К.Г.

Концепция «иерархического персонализма»:
политологический аспект 2570

ПОЛИТИЧЕСКАЯ СОЦИОЛОГИЯ

Рязанцев С.В., Храмова М.Н., Леденева В.Ю., Брагин А.Д.

Индекс интеграции иммигрантов в России:
теоретико-методологические основы..... 2584

Титов В.В.

Место образа «другого»
в конструировании национальной идентичности 2600

Трофимов П.А.

Концептуальные аномалии теории
мультикультурного гражданства Уилла Кимлики..... 2610

ПОЛИТИЧЕСКИЕ ИНСТИТУТЫ, ПРОЦЕССЫ И ТЕХНОЛОГИИ

Лу Сяо, Сельцер Д.Г.

Меритократия как принцип формирования
управленческой элиты современного Китая 2618

Адамова М.А., Агеева Е.А., Манкиева А.В.

К вопросу об эскалации насилия как способа делегитимации
государственной власти террористическими организациями 2627

Григорян Д.К., Токарева А.В.

Шутинг в учебных заведениях:
проблема власти или общества? 2636

Алимардонов Л.

Политическая реклама в формировании
активной гражданской позиции у молодежи..... 2646

Гаджиева Л.А.

Современные тенденции развития
региональной культурой политики в России..... 2652

Леньков Д.А. Гражданское общество России в контексте мировых трендов развития гражданского общества	2662
---	------

ГОСУДАРСТВЕННОЕ УПРАВЛЕНИЕ И ОТРАСЛЕВЫЕ ПОЛИТИКИ

Самусева О.А. Эволюция инновационной политики КНР	2669
---	------

Пашин М.М. Модернизация политики здравоохранения в Чили в период пандемии новой коронавирусной инфекции	2682
--	------

ТЕОРИЯ И ИСТОРИЯ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ И ВНЕШНЕЙ ПОЛИТИКИ

Назаров А.Д. Международные выставки HeliRussia как инструмент повышения конкурентоспособности и продвижения новинок отечественной вертолетной индустрии на внутренний и внешние рынки	2687
---	------

Сурма И.В. Изменение внешней политики США, ЕС и НАТО: трансформация парадигмы действий	2701
---	------

Шульга Е.П. Деятельность USAID в центральноазиатском регионе: настоящее и будущее	2708
--	------

Кожухова К.Е. Китайская стратегическая культура в белой книге «Тайваньский вопрос и причина воссоединения Китая в новую эпоху»	2719
--	------

Бабченко М.С. Динамика молдово-приднестровского переговорного процесса	2727
--	------

Мехмет Урпер. Влияние исламского фактора на формирование и развитие стратегии международной политики Турции (часть 2)	2735
--	------

Семёнова О.В. Информационно-аналитическое обеспечение внешнеполитического процесса	2746
---	------

Ван Цзиньхуэй. Российско-китайский вектор на Дальнем Востоке в условиях антироссийских санкций	2757
---	------

Рабат Луджан.

Характеристика социально-политической жизни
и политической культуры населения
в Сирийской Арабской Республике 2764

Лю Цзинюань, А Гудаму.

Вклад Китая в реформирование системы
глобального управления 2773

Стальной А.Л.

Особенности восприятия проблемы
«немецкой виновности» в послевоенной ГДР 2782

Шолкова М.А.

Японо-американский альянс
при Д. Трампе и Дж. Байдене 2790

СТУДЕНЧЕСКАЯ НАУКА

Ильин П.А.

Средства массовой информации в современной России
как инструмент управления общественным мнением 2796

Оленич Ю.С.

Современные политические инструменты противодействия
терроризму 2804

Санжаров В.А.

Механизмы построения положительного имиджа
международными футбольными организациями
(на примере ФИФА): вызовы и тенденции 2810

Свиридов А.А.

Политические кризисы, вызванные энергетическими факторами:
Суэцкий кризис 1956 года 2817

Тянь Чжо.

Русский неоконсерватизм и путинизм 2826

НАШИ АВТОРЫ 2835

ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ РУКОПИСЕЙ 2842

РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ 2844

А.АЛИМАРДОНОВ

независимый соискатель
Национального университета Узбекистана,
Узбекистан, г. Ташкент

ПОЛИТИЧЕСКАЯ РЕКЛАМА В ФОРМИРОВАНИИ АКТИВНОЙ ГРАЖДАНСКОЙ ПОЗИЦИИ У МОЛОДЕЖИ

Данная статья посвящена месту и роли политической рекламы в формировании позиции активной гражданственности у молодежи. Автором рассматривается социальная реклама, как социальная технология, направленная на формирование новых социальных ценностей и социально одобряемых моделей поведения.

Ключевые слова: политическая реклама, власть, демократия, технология, система.

Суть реформ в Республике Узбекистан, направленных на модернизацию страны и построение сильного гражданского общества, выражается в улучшении благосостояния населения, повышении политико-правовой культуры и уровня граждан, формировании у них четкой гражданской позиции.

Важным условием формирования гражданского общества является диверсификация задач, стоящих перед страной в развитии государства и переход на новый этап экономических, социальных и политических отношений в нем. В нашей стране, где формируются основы гражданского общества, одной из важнейших задач сегодня является повышение активности нашей молодежи, воспитание в ней чувства долга и ответственности перед нацией, народом и обществом.

Именно поэтому, сегодня на всех ступенях системы образования созданы классы и курсы повышения квалификации, направленные на повышение интеллектуального потенциала молодежи. Реализация этих усилий, укрепление навыков применения своих знаний на практике, а также поддержка молодых людей, имеющих активную гражданскую позицию в этом отношении, принесут результаты в будущем. Ведь цель современного образования – создать возможность каждому приобретать новые знания, необходимые для работы, и применять их в обществе. Поэтому воспитательная работа должна быть направлена на повышение уровня интеллектуального

сознания и культуры личности до реализации важнейших принципов, отвечающих интересам человека, общества и государства.

Особенно в построении гражданского общества важно повышать уровень гражданственности, культуры, чувства ответственности и совершенствовать его на современном уровне востребованности. Безусловно, в деятельности молодежи этот важный вопрос отличается своей актуальностью, и мы еще раз подчеркиваем, что нам необходимо эффективно его реализовывать.

Начало XXI в. ознаменовалось для мира, и Узбекистана в частности, целым рядом глобальных изменений, преобразований, которые затронули все сферы жизнедеятельности. Изменения повлияли не только на политическую, социальную, экономическую сферы, но также на самосознание личности, ее этнокультурную и социальную самоидентификацию, качество духовной жизни в целом. На смену традиционной системе ценностей и норм приходит новая, наполненная иными смыслами уникальных национальных, культурных традиций система [1].

Вступив в очередной этап научно-технической революции, мир находится в состоянии перехода на новую ступень своего развития и готов к построению информационного общества.

Процесс становления глобального информационного общества невозможен без внедрения во все сферы жизнедеятельности современного человека информационно-коммуникационных технологий, а также развития сети Интернет. Реклама в политике представляет собой дисциплину, главной задачей которой, является знакомство студентов с теорией организации современной политической рекламы.

Сегодня влияние рекламных средств на массы и массовое сознание, а также массовое поведение не только представляет собой распространенное явление, но и стало повседневной практикой.

Изучение этого процесса представляет собой важную теоретическую и практическую задачу. Человечество вошло в качественно новую, сложную и противоречивую стадию развития – информационное общество.

Совершенствование различных рекламно-информационных и коммуникативных технологий, появление глобальных систем по обработке, накоплению и передаче информации приводят к увеличению степени насыщения всего информационного пространства.

Формирование новой политической системы привело к значительному количественному росту политической рекламы, который обусловлен освоением все большего числа каналов коммуникации и использованием новых разнообразных типов рекламных обращений. В современном обществе политическая реклама давно превратилась в средство, значение которого трудно переоценить.

Парадоксально, но иногда ее роль в продвижении политических кандидатов во много раз превышает качество или возможности самого кандидата. И в этом процессе очень важно правильно выбрать стратегию поведения, выстроить отношения с электоратом, выбрать средства политической пропаганды [3].

Децентрализация системы управления, проводимая в процессе реформирования, дала возможность сознательного выбора политических стратегий, что привело к необходимости высокого профессионализма в организации политических кампаний, тщательной их продуманности, выверенному привлечению СМИ, а также использованию современных маркетинговых принципов и избирательных технологий.

Современная молодежь в большинстве своем придерживается идей демократии. Молодые люди охвачены стихийным процессом осмысления себя гражданами и действуют в соответствии со стереотипами сознания и поведения. Тем не менее, определяя положительную сторону подобных изменений, не стоит забывать и о негативных последствиях, таких как депатриотизация общества, размывание ценностно-мотивационного ядра национального самосознания [5].

К сожалению, сегодня отмечается утрата значения исторических событий в жизни Отечества, примера героев, выдающихся государственных и общественных деятелей как нравственных идеалов в гражданско-патриотическом воспитании молодежи.

Безусловно, проблема формирования гражданской позиции молодежи является актуальной и требует незамедлительных мер со стороны государства. На фоне засилья коммерческой рекламы в информационном пространстве, на наш взгляд, сложившуюся ситуацию может изменить социальная реклама, воздействуя на глубинный уровень – мировоззренческий [4].

Новые информационно-коммуникационные технологии существенно изменили современный политический процесс. Произошли изменения не только установок, но и моделей поведения, то есть практической политической деятельности.

В Узбекистане стали практиковаться такие новые формы взаимоотношений между политическими институтами и гражданами, как органов государственной власти и ряда других политических деятелей; прямое общение политических деятелей с массовой аудиторией с использованием интернет-технологий, и т.д. Эти формы взаимодействия радикально отличаются от использовавшихся ранее наличием не только прямой, но и обратной связи. Данные изменения определили необходимость выявления системы функций социальной рекламы как формы политической коммуникации. Такую систему составляют следующие функции: информирующая; стабилизирующая; социализирующая; интегрирующая; мобилизующая. Выделение функций такого социально-политического явления, как социальная реклама,

позволяет наиболее эффективно осуществить его концептуализацию в политическом процессе и обеспечивает прикладной аспект научного анализа. Введение информирующей функции позволяет сформировать целостную систему взаимосвязанных функций социальной рекламы [6].

В современной политической науке фиксируется многообразие подходов к пониманию феномена политической технологии. В настоящее время политические технологии целесообразно трактовать как вариант социальных технологий, выделяясь сферой применения. Такой сферой является не вся сфера политического, а только публичная политика. Во взаимодействиях представителей элит применяются другие технологии. Политические технологии инструментальны, то есть их моральная оценка определяется главным образом целью их использования. Одна и та же технология в разных социально-политических условиях может быть оправданной с точки зрения морали или же категорически недопустимой.

Политическая технология является системой алгоритмизированных действий, созданной и используемой для достижения заранее определенного результата в сфере публичной политики.

Политическая технология в современных условиях все больше становится инструментом выполнения политического проекта. Она обычно реализуется в рамках проекта, а проект как понятие шире технологии, поскольку включает ресурсы (в том числе такой, как время) и пространственные границы.

Политическая технология не включает в себя ресурсных ограничений. В то же время возможности применения той или иной технологии в конкретных социально-политических условиях определяются в первую очередь ресурсными ограничениями.

Учитывая гибкость политических технологий, новые технологии создаются с учетом новых ситуативных целей деятельности и ресурсных ограничений. Политические технологии являются двусторонне направленными в системе вертикальных политических коммуникаций, то есть они могут применяться как для воздействия управляющих на управляемых, так и наоборот.

Важнейшими характеристиками политической технологии являются рациональность и основанность на накопленном опыте. Спонтанные политические технологии не существуют. Даже в том случае, когда политическая технология как последовательность действий, конструируется спонтанно, она все же является результатом рационального освоения накопленного опыта. Для создания такой технологии используются уже существующие элементы – действия (операции), которые в новом порядке или/и в новом сочетании объединяются в технологическую цепочку.

Социальная реклама может рассматриваться как социальная технология, направленная на формирование новых социальных ценностей и социально

одобряемых моделей поведения. Понимание социальной рекламы в качестве технологии представляется перспективным направлением научного познания, позволяющим технологизировать процесс разработки и распространения социальной рекламы с целью повышения ее эффективности.

Политические технологии как объект изучения относятся к наиболее комплексным и сложным в политической сфере, и основные проблемы его освоения находятся на стыке нескольких наук при доминирующей роли политологии. Социальная реклама в политическом процессе концептуализируется путем определения ее следующих характеристик:

- динамичность, понимаемую, во-первых, как изменение под воздействием динамики политического процесса, а во-вторых, как фактор динамики политического процесса;
- полисубъектность, включающую власть, бизнес-организации и некоммерческие организации;
- активность в том смысле, что социальная реклама способна определять не только настроения, но и действия людей и групп;
- масштабность, поскольку социальная реклама привлекает внимание к общезначимым, масштабным проблемам, в отличие от узконаправленной коммерческой рекламы [2].

Дифференциация коммерческой, политической и социальной рекламы оптимально осуществляется посредством определения их целей. Так, цель коммерческой рекламы – прибыль; цель политической – получение или сохранение властных полномочий; цель социальной – приобщение к духовным ценностям.

Для современного Узбекистана характерна слабая дифференцированность социальной и политической рекламы. Это является результатом относительной неразвитости рекламной сферы, отсутствия ряда важных разграничительных линий в данной сфере. Можно предположить, что по мере развития рекламной деятельности будет осуществляться ее дифференциация.

Одновременно нужно констатировать, что реклама в Узбекистане, появившись значительно позже, чем в традиционных рыночных государствах, уже восприняла некоторые современные тенденции. Одной из таких тенденций стало усиление социальных функций коммерческой и политической рекламы.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. Авазов К.Х. Идеологические угрозы современности, безопасность и стабильность в обществе, и их взаимосвязь // Национальная безопасность и стратегическое планирование. 2015. № 4.

2. Анохина Н.К., Фоменко Л.Н. Функции социальной рекламы в формировании гражданской позиции молодежи // Известия ВГПУ. 2015. № 8 (103).
3. Кадыров У.Д., Авазов К.Х. Современные аспекты формирования сознания личности в обеспечении устойчивого развития общества // Интернаука: электрон. научн. журн. 2021. № 3 (179).
4. Кадыров У.Д. Защита молодежи от деструктивных идей как социально-психологическая проблема // Школа будущего. 2016. № 3.
5. Офицеров М.А. Современное лидерство в государственном управлении: методологические аспекты формирования знаний, умений и навыков // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2018. Т. 7. № 4 (25).
6. Musaev M.T. National education as a cultural component of the world social and pedagogical process (methodological discourse) // International Journal of Early Childhood Special Education (INT-JECSE) DOI:10.9756/INTJECSE/V14I2.898 ISSN: 1308-5581. 2022. Vol. 14. Issue 02.

A.ALIMARDONOV
*Independent applicant,
National University of Uzbekistan,
Tashkent, Uzbekistan*

POLITICAL ADVERTISING IN THE FORMATION OF ACTIVE CITIZENSHIP OF YOUTH

This article is devoted to the place and role of political advertising in shaping the position of active citizenship among young people. The author considers social advertising as a social technology aimed at the formation of new social values and socially approved behavior patterns.

Key words: *political advertising, power, democracy, technology, system.*