

**АССОЦИАЦИЯ ПРЕПОДАВАТЕЛЕЙ  
ПО СВЯЗЯМ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**



**РОССИЙСКАЯ ШКОЛА СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

**Выпуск 30**

**Москва 2023**

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации**

**АССОЦИАЦИЯ ПРЕПОДАВАТЕЛЕЙ  
ПО СВЯЗЯМ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

**РОССИЙСКАЯ ШКОЛА  
СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

**Выпуск 30**

**Москва 2023**

УДК 009

ББК 60

Рo 58

Рo 58 Российская школа связей с общественностью. Вып. 30 Москва, 2023.  
218 с.

**Редакционная коллегия:**

*Минаева Л. В.*, д. филол. н., профессор,  
главный редактор, МГУ

*Ачкасова В. А.*, д. полит. н., профессор,  
зам. главного редактора, СПбГУ

*Гавра Д. П.*, д. с. н., профессор, зам.  
главного редактора, СПбГУ

*Азарова Л. В.*, к. филол. н., доцент,  
СПбГЭТУ «ЛЭТИ»

*Быков И. А.*, д. полит. н., СПбГУ

*Володина Л. В.*, к. ф. н., доцент,  
СПбГУТ

*Грачёв М.Н.*, д. полит. н., профессор,  
РГГУ

*Гринберг Т. Э.*, д. филол. н., профессор,  
МГУ

*Киуру К. В.*, д. филол. н., профессор,  
ЧелГУ

*Кривоносов А. Д.*, д. филол. наук,  
профессор, СПбГЭУ

*Михайлов А. В.*, к. филол. н., доцент,  
СибГУНиТ

*Пую А.С.*, д. с. н., профессор, СПбГУ

*Савельева И. Ю.*, к. ф. н., доцент,  
СПбГЭУ

*Смольская Е. П.*, к. ист. н., доцент,  
МГИМО

*Чумиков А.Н.*, д. полит. н., профессор,  
МГЛУ

*Шарахина Л. В.*, к. ф. н., СПбГЭТУ  
«ЛЭТИ»

*Аргылов Н. А.*, к. полит. н, доцент,  
СПб НИУ ВШЭ, отв. секретарь

**Редакционный совет:**

*Вассерман Герман* – доктор наук,  
профессор, директор центра изучения  
кино и СМИ Университета Кейптауна  
(ЮАР);

*Вирт Юлия Валерьевна (Wirth Julia)* –  
доцент Высшей школы управления /  
Высшей специализированной школы  
Восточной Швейцарии (Haute école de  
gestion Arc / Haute Ecole Spécialisée de  
Suisse Occidental);

*Кафтанджиев Христо Николов  
(Kaftandjiev Chr. N.)* – доктор филол.  
наук, профессор, профессор кафедры  
журналистики Университета  
им. К. Охридского (София, Болгария);

*Лебедева Татьяна Юрьевна* – доктор  
филол. наук, профессор, директор  
международных программ Европейского  
института (IEERP) (Париж, Франция);

*Малькевич Александр Александрович* –  
кандидат полит. наук, доцент,  
зам. председателя Комитета по развитию  
информационного общества, СМИ и  
массовых коммуникаций Общественной  
палаты РФ;

*Олейников Сергей Викторович* – доктор  
полит. наук, доцент, директор  
издательства Приднестровского  
государственного университета  
им. Т. Г. Шевченко (Тирасполь)

Выпускающие редакторы номера: Быков И.А., Минаева Л.В.

Альманах размещается в системе РИНЦ. Лицензионный договор 844-12/2014 от  
30.12.2014

УДК 009

ББК 60

© Москва, 2023

ISSN 2949-2513 © Авторы, 2023

Уважаемые авторы!

Электронный научный журнал «Российская школа связей с общественностью» издается с 2010 г. Издание ставит перед собой исследовательские и информационно-просветительские задачи в области коммуникативистики – отрасли знания, включающей в себя изучение проблем выстраивания системы коммуникаций социальных субъектов с различными группами целевой общественности, проблем функционирования и эффективности современных медиакоммуникаций, анализ опыта, связанного с реализацией коммуникационных, в том числе медийных проектов.

Журнал представляет собой творческую дискуссионную площадку для обсуждения наиболее острых вопросов современного социума – история и теория коммуникационных процессов; коммуникационные технологии формирования нематериальных активов бизнес-, политической, социокультурной сфер: репутации, имиджа, бренда; медиатизация разных сфер общества и инструменты медиакоммуникаций, тренды развития коммуникационных специальностей и др.

Редакционная политика журнала нацелена на распространение достижений отечественной науки, что способствует развитию международного научного сотрудничества в области коммуникации. Основой контента являются научные статьи преподавателей, аспирантов и сотрудников, участвующих в процессе подготовки профессиональных кадров в сфере связей с общественностью, рекламы и медиакоммуникаций, а также практикующих специалистов. Поддержание высоких стандартов публикаций обеспечивается их экспертной оценкой.

Приглашаем вас к публикации материалов в следующие выпуски журнала 2023 года:

№ 31. Дизайн коммуникационного продукта в цифровой среде.

**Издатель и учредитель журнала: Ассоциация преподавателей по связям с общественностью.**

## СОДЕРЖАНИЕ

### **Тема номера: Международные связи с общественностью и публичная дипломатия**

- Быков И.А. (Санкт-Петербург, Россия)* Стратегические коммуникации в развитии мягкой силы стран ЕАЭС ..... 10
- Насибуллина Е. Д., Теренин Н. И. (Уфа, Россия)* Продвижение русского языка в социальных сетях арабских стран: дискурс-анализ и кластерно-сетевой анализ тематических сообществ ..... 28
- Салиева Л.К., Арутюнова-Ястребкова Э.В. (Москва, Россия), Цеппи А. (Берн, Швейцария)* «Отмена русской/российской культуры»: культура отмены или антибрендинг России? ..... 44

### ***Зарубежный опыт: теория и практика коммуникации***

- Карапетян В.В., Давтян А.С. (Ереван, Армения), Трохинова О.И. Москва, Россия)* Роль Дома Москвы в Ереване в трансформации российской стратегической коммуникации на постсоветском пространстве ..... 74

### ***Методология преподавания рекламы и связей с общественностью***

- Сухова Н.В., Бондарева Л.В. (Москва, Россия)* Международная магистерская программа как инструмент «мягкой силы» в сфере научно-технического сотрудничества ..... 106
- Вотинцева О.Н. (Архангельск, Россия)* Развитие внутрироссийской академической мобильности как инструмент повышения качества реализации образовательной программы подготовки бакалавров «Реклама и связи с общественностью» ..... 124

### ***Технологии рекламы и связей с общественностью***

- Медведева М.В. (Санкт-Петербург, Россия)* Риски использования нейросетевых технологий в коммуникациях молодежи ..... 139

*Панасенко С.В. (Москва, Россия) Корпоративная социальная ответственность в контексте устойчивого развития: опыт российских компаний, проблемы и перспективы развития* ..... 152

***Региональные практики рекламы и связей с общественностью***

*Шиняева О.В., Сизов В. О. (Ульяновск, Россия) Лидеры мнений в социально-политических коммуникациях* ..... 176

***Обзоры***

*Медведева Н.Е. (Москва, Россия) Искусственный интеллект на службе у связей с общественностью* ..... 194

*Михайлов А.В., Комарицын С.Г. (Красноярск, Россия) X Международный Сибирский исторический форум «Россия и Сибирь: история и культура»* ..... 201

**Памяти Елены Павловны Смольской** ..... 212

**Требования к оформлению материала для Альманаха АПСО «Российская школа связей с общественностью»** ..... 215

## TABLE OF CONTENTS

### **THEME OF THE ISSUE:**

<i>Bykov I. A. (St Petersburg, Russia)</i> Strategic communication for the development of soft power in the Eurasian Economic Union .....	10
<i>Nasibullina, Ekaterina D., Terenin, Nikita I. (Ufa, Russia)</i> Promotion of the Russian language in social networks of Arab countries: discourse-analysis and cluster network analysis of thematic communities .....	28
<i>Salieva, Liudmila K., Arutyunova-Yastrebkova, Elza.V. (Moscow, Russia), Ceppi, Alessia (Bern, Switzerland)</i> “Cancellation of Russian culture”: Is it cancel culture or anti-branding of Russia? .....	44

### **FOREIGN EXPERIENCE: THEORY AND PRACTICE OF COMMUNICATION**

<i>Karapetyan, V.V., Davtyan, Ani S. (Yerevan, Armenia), Trokhinova Olga I. (Moscow, Russia)</i> The Role of Moscow Cultural Business Centre “Dom Moscvy” in Yerevan in Russian strategic communication transformation in post-Soviet republics .....	74
---	----

### **METHODOLOGY OF PROFESSIONAL EDUCATION**

<i>Sukhova, Natalya V., Bondareva Lilia V. (Moscow, Russia)</i> International master’s programme as a “soft power” tool for cooperation in science and technology .....	106
<i>Votintseva, Olga N. (Arkhangelsk, Russia)</i> Developoment of intra-Russian academic mobility as a tool for improving the quality of implementing the bachelor educational programme “Advertising and Public Relations” .....	124

## **PUBLIC RELATIONS AND ADVERTISING TOOLS AND TECHNIQUES**

- Medvedeva Maria V. (St.Petersburg, Russia)* Risks of using neural network technologies in youth communications ..... 139
- Panasenko, Svetlana V. (Moscow, Russia)* Features of the modern development of corporate social responsibility in Russia ..... 152

## **PUBLIC RELATIONS AND ADVERTISING IN REGIONS**

- Shinyaeva, Olga V., Sizov V.O. (Ulyanovsk, Russia)* Opinion leaders in socio-political communications ..... 176

## **REVIEWS**

- Medvedeva, Natalia E. (Moscow, Russia)* Artificial intelligence in the service of Public Relations ..... 194
- Mikhaylov A. V., Komaritsyn S. G. (Krasnoyarsk, Russia)* X International Siberian Forum “Russia and Siberia: History and Culture” in Krasnoyarsk ..... 201

- In Memory of Elena Pavlovna Smolskaya** ..... 212

- SUBMISSION GUIDELINES** ..... 215



**ТЕМА НОМЕРА:**  
**Международные связи с общественностью и  
публичная дипломатия**

УДК: 315.77 (075.8); ББК: 60.5; ГРНТИ: 19.01.29; ВАК: 5.9.9

DOI: 10.24412/2949-2513-2023-30-10-27

Быков И.А.

Санкт-Петербург, Россия

## **СТРАТЕГИЧЕСКИЕ КОММУНИКАЦИИ В РАЗВИТИИ «МЯГКОЙ СИЛЫ» СТРАН ЕАЭС**

*Аннотация.* В статье рассматриваются трудности применения стратегических коммуникаций для развития «мягкой силы» странами ЕАЭС в 2014-2023 гг. Эмпирическое исследование основано на анализе публичной политики стран-членов и заключается в сравнении официальных документов по внешнеполитической стратегии и практики внешнеполитических коммуникаций.

*Ключевые слова:* мягкая сила, ЕАЭС, стратегическая коммуникация, политический PR, внешняя политика.

Bykov I.A.

St Petersburg, Russia

## **STRATEGIC COMMUNICATIONS IN THE DEVELOPMENT OF “SOFT POWER” IN THE EURASIAN ECONOMIC UNION**

*Abstract.* The article considers the difficulties of communication technologies application for developing the “soft power” of the Eurasian Economic Union member-states in 2014-2023. The author uses public policy analysis to compare strategic foreign policy documents with practices of international communication developed by member-states.

*Keywords:* soft power, Eurasian Economic Union, strategic communication, political PR, foreign policy.

## **Введение**

В статье освещаются проблемы использования коммуникационных технологий и стратегических коммуникаций для развития «мягкой силы» во внешней политике государств-членов Евразийского экономического союза (ЕАЭС). Евразийский экономический союз — это экономический союз нескольких постсоветских государств, расположенных в Евразии. Союз был создан в 2014 году и в него входят пять государств: Армения, Беларусь, Казахстан, Кыргызстан и Россия. Дипломатические ведомства этих стран вышла из советской школы дипломатии, которая претерпела значительные изменения в ходе государственных реформ за более чем три десятилетия после распада СССР.

Основной целью статьи является изучение роли коммуникационных технологий и стратегических коммуникаций в развитии «мягкой силы» государств-членов Евразийского экономического союза. Для этого был применен сравнительный анализ внешней политики государств-членов ЕАЭС. С одной стороны, концепция публичной дипломатии и развитие элементов «мягкой силы» упоминается в официальных документах по внешней политике и признается неотъемлемой частью современных международных отношений. Об этом прямо говорилось в Концепции внешней политики Российской Федерации от 2016 г. В частности, пункт 9 был сформулирован следующим образом: «Неотъемлемой составляющей современной международной политики становится использование для решения внешнеполитических задач инструментов «мягкой силы», прежде всего возможностей гражданского общества, информационно-коммуникационных, гуманитарных и других методов и технологий, в дополнение к традиционным дипломатическим методам» [*Концепция внешней политики Российской Федерации, 2016*]. С другой стороны,

возникают вопросы о практике реализации инструментов «мягкой силы» и особенно коммуникационных технологий, которые являются обязательным элементом эффективной публичной политике.

### **Обзор литературы**

Динамика послевоенной мировой политики, приведшая к формированию двухполюсной мировой системы, а также развитие теории международных отношений привели к возникновению идеи публичной дипломатии как новой формы отношений между странам. Публичная дипломатия, с одной стороны, противопоставит идеям классической «теневой» дипломатии, делая принятие политических решений в мировой политики прозрачными, а, с другой стороны, дополняет состав участников внешнеполитической деятельности новыми, преимущественно негосударственными участниками [Публичная дипломатия, 2017; Fitzpatrick, Fullerton, Kendrick, 2013; Gilboa, 2001; *The New Public Diplomacy*, 2005]. В отечественной литературе преимущественно речь идет об общественной или народной дипломатии [Бурлинова, 2017; Бурлинова, Василенко, Иванченко, Шакиров, 2020]. В годы после краха СССР и возникновением многополярной системы международных отношений возникла идея о новом инструменте публичной дипломатии – «мягкой силе». По мнению Джозефа Ная – признанного основателя этой концепции – «мягкая сила» является «способностью получить то, что вы хотите получить, через привлечение, а не через подавление или некие «проплаты». Такая власть возникает из привлекательности культуры той или иной страны, ее политических идеалов и политики. Когда наша политика воспринимается другими как легитимная, наша гибкая власть усиливается» [Най, 2006: 18].

Концепция мягкой силы получила широкое распространение в России и за рубежом [Игонина, 2020; *The New Public Diplomacy*, 2005]. Обычно, вслед за ее основателем, она рассматривается в системе координат публичной дипломатии [Бахриев, 2017; Merickova, 2014; Nye, 2008; Saliu, 2020]. Вместе с тем, теоретическое осмысление концепции и особенно

формулировка практических выводов из нее вызывает множество вопросов. Начнем с того, что в России возникают заметные разночтения с переводом самого термина «soft power», который переводят самыми разными способами: «мягкая сила», «мягкая власть», «гибкая власть», «мягкое влияние» и т.п. Дело дошло до того, что в коллективной работе под редакцией О. Ф. Русаковой, столкнувшись с этой проблемой, авторы преимущественно используют словосочетание «soft power» без перевода [*Soft power, 2015*]. Еще большие разночтения возникают после прочтения и осмысления предложенных Дж. Наем внешнеполитических стратегий [*Наумов, 2016*]. Некоторые исследователи прямо указывают на особенности российского подхода к пониманию «мягкой силы», ссылаясь на слова Президента России В. В. Путина, который в 2012 году сделал заявление о том, что «мягкая сила – это комплекс инструментов и методов достижения внешнеполитических целей без применения оружия, а за счет информационных и других рычагов воздействия» [*Путин, 2012*]. Ответственные за развитие публичной дипломатии сотрудники подчеркивают, что «мягкая сила в понимании российского политического класса – это комплекс инструментов и методов, что соответствует определению публичной дипломатии, так как мягкая сила – это, прежде всего, концепция (политический курс, ценности и культура)» [*Бурлинова, Василенко, Иванченко, Шакиров, 2020: 7*]. Следует отметить, что этот подход значительно отличается от первоначальной идеи Дж. Ная.

Не менее противоречивыми и разноплановыми являются подходы к трактовке категории стратегической коммуникации [*Минаева, 2021*]. Фактически мы имеем дело с отсутствием единого, методологически выверенного подхода к стратегическим коммуникациям [*Гавра, 2015: 230*]. Существующие подходы варьируются от разновидности бизнес-стратегии до военно-политической технологии [*Paul, 2011*]. При этом, с точки зрения Дж. Ная стратегическая коммуникация – это один из параметров публичной дипломатии. Всего им выделяется три параметра публичной дипломатии:

повседневная коммуникация, стратегическая коммуникация и долгосрочные взаимоотношения. Стратегическая коммуникация в интерпретации Дж. Ная больше напоминает PR-кампанию в годичном цикле. Вот как он пишет: «стратегическая коммуникация планирует символические акции и коммуникации на протяжении года, чтобы придать некий бренд центральным темам или продвинуть некую особенную правительственную политику» [Най, 2006: 153]. На наш взгляд, это довольно узкий подход к определению стратегической коммуникации.

Что касается исследований публичной дипломатии и «мягкой силы» в странах ЕАЭС, то здесь в первую очередь следует выделить работы таких авторов, как А. А. Алимов, Б. Х. Бахриев, Д. Бердакоа, Б. К. Боришполец, Н. В. Бурлиновой, Е. А. Игониной и др. [Алимов, Немчинова, Музалёв, 2017; Бахриев, 2018; Бердаков, 2015; Боришполец, 2015; Бурлинова, Василенко, Иванченко, Шакиров, 2020; Игонина, 2020]. Большинство из этих авторов концентрируют внимание преимущественно на анализе конкретных инструментов развития «мягкой силы». В первую очередь речь идет об общественных организациях. В случае России, как страны располагающей вероятно наибольшими ресурсами в этой области, анализируется деятельность «Россотрудничества», Фонда поддержки публичной дипломатии имени А.М. Горчакова, Фонда поддержки и защиты прав соотечественников, Фонда «Русский мир» и т.п. Еще один распространенный подход – это анализ проблемных или конфликтных зон в отношениях между странами ЕАЭС. Следует отметить, что нам не удалось найти исследований о роли стратегической коммуникации в развитии «мягкой силы» стран региона. В лучшем случае исследователи анализируют работу государственных СМИ, работающих на внешнеполитическом контуре. В этой области значительное внимание уделяется информационным каналам «Russia Today» и «РИА Новости». В данной работе делается попытка анализа внешнеполитических документов стран ЕАЭС с точки зрения стратегических коммуникаций и концепции «мягкой силы».

## **Метод исследования**

В качестве основного метода исследования в работе используется сравнительный метод, который считается базовым для анализа сходств и различий между различными странами при изучении мировой политики [*The SAGE Handbook of Research Methods, 2020*]. Сравнивая несколько случаев (кейсов), этот метод позволяет исследователям выявлять закономерности, делать обобщения и осмысленные выводы о международной системе. Одним из ключевых преимуществ сравнительного метода является его способность обеспечить более глубокое понимание сложных явлений. Создатели больших теорий международных отношений вроде неореализма или цивилизационного подхода обычно тяготеют к изучению самых крупных стран и упускают из виду небольшие страны. Благодаря систематическому сравнению случаев (кейсов) исследователи могут выявить причинно-следственные связи, оценить влияние переменных и оценить обоснованность существующих теорий. Кроме того, сравнительный метод позволяет исследователям получить представление о процессах изменений. Отслеживая события в разных странах и в разные периоды времени, ученые могут выявлять закономерности трансформации, понимать факторы, вызывающие изменения, и оценивать эффективность различных подходов к политике. Этот аспект особенно ценен для политиков, стремящихся учиться на опыте других стран. В нашем случае речь идет о пяти странах членах ЕАЭС. Союз был создан в 2014 году и, согласно союзному договору, предполагал глубокую экономическую интеграцию стран, но не ставил задачи формирования единого культурного и коммуникационного пространства.

## **Результаты**

Результаты исследования основаны на анализе концептуальных внешнеполитических документов стран-членов ЕАЭС (см. табл. 1), а также известные коммуникационные кампании по развитию «мягкой силы» в этих странах. Анализ концепций и стратегий внешней политики был значительно облегчен тем, что все официальные документы в этой области переведены на

русский язык и представлены в открытом доступе. Далее мы проанализируем имеющиеся внешнеполитические концепции и практику реализации стратегических коммуникаций в странах ЕАЭС (см. табл. 1).

Табл. 1. основополагающие внешнеполитические документы стран ЕАЭС

Страна	Название	Годы
Армения	Стратегия национальной безопасности Республики Армения	2007, 2020
Беларусь	Основные направления внутренней и внешней политики Республики Беларусь	2005, 2015
Казахстан	Концепция внешней политики Республики Казахстан на 2020 – 2030 годы	2020
Кыргызстан	Концепция внешней политики Кыргызской Республики	2007, 2019
Россия	Концепция внешней политики Российской Федерации	2016, 2023

Источник: Составлено автором.

Основополагающий внешнеполитический документ Республики Армения озаглавлен как «Стратегия национальной безопасности Республики Армения», был принят в 2020 году и отражает сложное геополитическое положение страны. Предыдущая версия документа датируется 2007 г. [*Стратегия национальной безопасности Республики Армения, 2007*] Сравнительный анализ документов показывает, что в новом документе присутствует упоминание «мягкой силы», которого не было ранее. Так пункт 1.6 гласит: «Для противодействия угрозам и вызовам меняющегося мира, обеспечения собственной безопасности, а также эффективного выполнения своей роли по обеспечению региональной и международной безопасности, Армения продолжит укреплять свои позиции на международной арене. С данной целью Армения будет развивать все силовые инструментари, в том числе возможности «мягкой силы», акцентируя свой важнейший ресурс –



человеческий капитал. При этом, человеческий капитал также рассматривается в контексте совмещения сил всеармянства» [*Стратегия национальной безопасности Республики Армения, 2020*]. В обоих документах акцент сделан в первую очередь на диаспоры и развитие армянского языка. В структуре министерства иностранных дел создан Департамент СМИ и общественной дипломатии, который в основном занимается организацией информационного сопровождения внешней политики. Поддержанные министерством мероприятия культурного, образовательного, научного, спортивного и других направлений ввиду слабой ресурсной базы и акцентом на диаспору получили не самое большое развитие, особенно из-за нового витка конфликта вокруг Нагорного Карабаха.

Основной внешнеполитический документ Республики Беларусь «Основные направления внутренней и внешней политики Республики Беларусь» был принят в 2005 году, претерпевал несколько изменений. Последняя редакция относится к 2015 г. [*Основные направления внутренней и внешней политики Республики Беларусь, 2005; Основные направления внутренней и внешней политики Республики Беларусь, 2015*] В этом документе нет прямых упоминаний публичной дипломатии, но имеется прямая отсылка к имиджу государства. Статья 34 относит «формирование имиджа Республики Беларусь как региона, привлекательного для развития туризма и продвижение национального туристского продукта на внешний рынок» к основным направлениям в сфере международного сотрудничества. Президент Беларуси А. Г. Лукашенко периодически говорит о «народной дипломатии». Заметными информационными активами Беларуси на постсоветском пространстве стали фестиваль «Славянский базар» и «медицинский туризм».

Новый президент Казахстана К.-Ж. К. Токаев ранее занимал должность министра иностранных дел. Поэтому одним из первых дел в должности президента стало принятие «Концепции внешней политики Республики Казахстан на 2020 – 2030 годы» [*Концепции внешней политики Республики*

*Казахстан на 2020 – 2030 годы, 2020*]. В этом документе концепция «мягкой силы» не упоминается, однако присутствуют ее важные элементы: «гуманитарная дипломатия», «цифровая дипломатия» и «народная дипломатия». В частности, в главе 4 прямо поставлена следующая задача: «активизация «гуманитарной дипломатии», популяризация позитивного образа страны в мировом сообществе». Для достижения этих целей Казахстан использует разные мероприятия в областях культуры, образования, спорта и т.п. Так, в 2022 году прошел большой фестиваль «Россия – Казахстан: культурное наследие», а консульства и посольства Казахстана за рубежом проводят фестивали национальной культуры «Почувствуй Казахстан».

Цели и инструменты внешней политики Кыргызстана описаны в документе под названием «Концепция внешней политики Кыргызской Республики» в 2019 г. [*Концепция внешней политики Кыргызской Республики, 2019*] Как и в предыдущей версии документа от 2007 года в нем не содержится понятий публичной дипломатии и «мягкой силы». Однако, по-прежнему большое место занимает идея «продвижения позитивного имиджа страны в международном сообществе». Она упоминается дважды, хотя в предыдущем варианте упоминалась четыре раза. Ресурсы и возможности продвижения позитивного имиджа страны в значительной степени ограничены ввиду ресурсных ограничений, политической нестабильности и сложного геополитического положения. В этом плане, Кыргызстан на постсоветском пространстве не столько продвигает свою «мягкую силу» сколько является хорошей лабораторией для исследователей применения «мягкой силы» внутри страны другими большими странами: США, России и Китая. В силу слабости государственного аппарата, коррумпированности элит, геополитической многовекторности в республике параллельно существует развитая инфраструктура soft power нескольких региональных и мировых держав [*Бердаков, 2015*].

В 2023 году самые существенные изменения претерпела «Концепция внешней политики Российской Федерации». Как уже было упомянуто в начале статьи, предыдущая версия от 2016 года содержала прямое упоминание «мягкой силы». В новой версии используется другой термин. Так, в статье 43 написано, что следует «уделять приоритетное внимание... «развитию механизмов общественной дипломатии с участием конструктивно настроенных по отношению к России представителей и институтов гражданского общества, а также политологов, представителей экспертного и научного сообщества, молодежи, волонтерского, поискового и других общественных движений» [*Концепция внешней политики Российской Федерации, 2023*]. Также в текущей версии значительно расширено описание инструментария средств массовой информации. Однако, наиболее заметным стал общий посыл деления стран на «дружественные» и «недружественные».

Очевидно, что среди всех стран ЕАЭС Россия обладает наибольшими ресурсами и культурно-исторической основой для успешной реализации политики «мягкой силы». Именно поэтому в 2019 году она вошла в рейтинг 30 стран с наибольшим уровнем «мягкой силы» [*The Soft Power 30. Overall Ranking, 2019*]. Россия в первую очередь развивает свое информационное влияние через средства массовой информации. К примеру, телеканал «Мир» входит в состав национальных пакетов цифрового эфирного вещания в Армении, Беларуси, Казахстане, Кыргызстане и России. Россия также создала общественные организации занимающиеся реализацией политики «мягкой силы» за рубежом: «Россотрудничество», «Фонд Горчакова», РСМД и другие. Также Россия активно проводит большие международные мероприятия такие, как Чемпионат мира по футболу, Валдайский клуб, Петербургский международный экономический форум, Восточный экономический форум и т.п.

### **Выводы**

Сравнительный анализ официальных внешнеполитических документов показывает, что почти во всех исследуемых странах используются элементы

концепции «мягкой силы». Это проявляется либо в прямом упоминании «мягкой силы», либо в использовании близких к сути этой концепции понятий: «общественная дипломатия», «народная дипломатия», «цифровая дипломатия», «гуманитарная дипломатия», «имидж страны» и некоторые другие. Особенно популярно словосочетание «имидж страны», что находится в русле зарубежной специальной литературы [*Buhmann, Ingenhoff, 2015; Rasmussen, Merckelsen, 2012; Trajkov, Trajkov, 2015*]. Исследуемые страны с разной степенью успешности пытаются реализовывать проекты развития «мягкой силы», что зависит как от разницы в потенциалах, так и в разнице стартовых условий. Вполне закономерно, что наибольших успехов в этом направлении добилась Россия, хотя, на наш взгляд, потенциал развития в этом направлении задействован слабо.

Среди наиболее серьезных проблем в развитии публичной дипломатии в странах Евразийского экономического союза можно выделить несколько моментов. Во-первых, обращает на себя внимание то, что все исследуемые страны отдают приоритетное значение в развитии элементов «мягкой силы» институтам государственной власти. Гражданское общество и тем более рядовые граждане практически не используются во внешнеполитических коммуникациях. В лучшем случае речь идет об общественных организациях с государственным финансированием или государственных СМИ. О практике государственного контроля над внешнеполитическими коммуникациями в России и странах постсоветского пространства писали многие исследователи [*Боришполец, 2015; Быков, 2019; Минаева, 2021*]. Основной причиной слабого использования институтов гражданского общества выступает специфика существующих в этих странах политических режимов [*Игонина, 2020*]. Данная проблема была хорошо обозначена в работах Дж. Ная, который писал, что публичная дипломатия не может быть сведена к связям с общественностью, так как «передача информации и «продажа» позитивного имиджа – часть публичной дипломатии, которая подразумевает строительство долговременных отношений» [*Най, 2006: 151*].

По его мнению, доминирование государства и государственных институтов в развитии «мягкой силы» скорее вредит, чем приносит пользу.

Во-вторых, на наш взгляд, в рамках ЕАЭС существует проблема выработки общей ценностной платформы сотрудничества. В основе союза заложена идея экономического развития и сотрудничества, что само по себе не может работать, если под этим нет общего ценностного фундамента. Положительные эффекты «мягкой силы» наступают на длительном отрезке времени и только в том случае, если транслируют непротиворечивый набор культурных ценностей. Очень важно, чтобы этот набор ценностей не подвергался серьезным трансформациям на продолжительном отрезке времени. На наш взгляд, в ряде стран ЕАЭС происходят серьезные изменения в этой области. Так, в России, Казахстане и Армении буквально в последние 1-2 года произошли значительные изменения внешнеполитических концепций, а также имеют место серьезные трансформации общественного мнения. В частности, один из последних опросов в Казахстане показал, что отношение к России резко изменилось в последнее время: если в 2017 году 92 % респондентов имели благоприятное мнение, то в 2023 году так считали уже 67 %. При этом, заметно (до 33 %) увеличилась доля казахстанцев с неблагоприятным мнением о внешней политике России [Куандыков, 2023]. Именно поэтому возникают опасения по поводу того, что транслируемые странами-участниками ЕАЭС ценности действительно формируют надежный фундамент для устойчивого союза.

### **Библиография**

*Алимов А. А., Немчинова Т. С., Музалёв А. А.* Публичная дипломатия на евразийском пространстве // Общество. Среда. Развитие. 2017. № 3. С. 127-130.

*Бахриев Б. Х.* Публичная дипломатия в современном исследовательском дискурсе // Вестник Таджикского государственного университета права, бизнеса и политики. Серия общественных наук. 2017. №1 (70). С. 131-147.

*Бахриев Б. Х.* Публичная дипломатия в урегулировании конфликтов: возможности для Центральной Азии // Известия Саратовского университета. Социология. Политология. 2018. Т. 18. № 2. С. 189-194.

*Бердаков Д.* Кыргызстан и мягкая сила // «Берлек-Единство». Центр геополитических исследований. 2015. URL: <http://berlek-nkp.com/analytics/3776-kyrgyzstan-i-myagkaya-sila.html> (Дата обращения 21.04.2023)

*Боришполец К. П.* Публичная дипломатия на пространстве ЕАЭС: осмысление феномена и тенденций развития // Вестник МГИМО-Университета. 2015. Т. 5. № 44. С. 42-55.

*Бурлинова Н. В.* Курс общественного дипломата. М.: НП РСМД, 2017. 76 с.

*Бурлинова Н. В., Василенко П. И., Иванченко В. С., Шакиров О. И.* Экспертный обзор российской публичной дипломатии в 2018-2019 гг. 10 шагов на пути к эффективной публичной дипломатии России. М.: НП РСМД, 2020. 58 с.

*Быков И. А.* Государственный PR и политическая элита в современной России // Журнал политических исследований. 2019. Т. 3. № 3. С. 15-23.

*Гавра Д. П.* Категория стратегической коммуникации: современное состояние и базовые характеристики // Век информации. 2015. № 3. С. 229-233.

*Игонина Е. А.* «Мягкая сила» как один из элементов геостратегии России на постсоветском пространстве // Публичная дипломатия: формирование эффективных моделей системного сотрудничества в Кавказском регионе / отв. ред. И. В. Крючков. Ставрополь: Изд-во СКФУ, 2020. С. 146-151.

Концепция внешней политики Кыргызской Республики от 10 января 2007 года. URL: <http://cbd.minjust.gov.kg/act/view/ru-ru/4569?cl=ru-ru> (Дата обращения 21.04.2023).

Концепция внешней политики Кыргызской Республики от 11 марта 2019 года. URL: <http://cbd.minjust.gov.kg/act/view/ru-ru/430045> (Дата обращения 21.04.2023).

Концепция внешней политики Республики Казахстан на 2020 – 2030 годы // Официальный сайт Президента Республики Казахстан. 2020. URL: [https://www.akorda.kz/ru/legal\\_acts/decrees/o-koncepcii-vneshnei-politiki-respubliki-kazahstan-na-2020-2030-gody](https://www.akorda.kz/ru/legal_acts/decrees/o-koncepcii-vneshnei-politiki-respubliki-kazahstan-na-2020-2030-gody) (Дата обращения 21.04.2023)

Концепция внешней политики Российской Федерации (2016 г.) // Президент России. 2016. URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/41451> (Дата обращения 21.04.2023)

Концепция внешней политики Российской Федерации (2023 г.) // Министерство иностранных дел Российской Федерации. 2023. URL: <https://www.mid.ru/ru/detail-material-page/1860586/> (Дата обращения 21.04.2023)

Куандыков Т. Опрос Central Asia Barometer: Казахстанцы по-прежнему благосклонны к России? // Власть. 11 сентября. 2023. URL: <https://vlast.kz/obshestvo/56691-opros-central-asia-barometer-kazahstancy-po-preznemu-blagosklonny-k-rossii.html> (Дата обращения 21.10.2023)

Минаева Л. В. Стратегическая коммуникация как инструмент продвижения национальных интересов страны // Российская школа связей с общественностью. 2021. Вып. 20. С. 52-77.

Най Дж. Гибкая власть: как добиться успеха в мировой политике. Новосибирск: Тренды, 2006. 221 с.

Наумов А. О. «Мягкая сила», «цветные революции» и технологии смены политических режимов в начале XXI века. М.: АРГАМАК-МЕДИА, 2016. 274 с.

Основные направления внутренней и внешней политики Республики Беларусь (2005-2015) // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. URL: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=H10500060> (Дата обращения 21.04.2023)

Публичная дипломатия: Теория и практика / Под ред. М. М. Лебедевой. М.: Аспект Пресс, 2017. 272 с.

Путин В. В. Россия и меняющийся мир // Московские новости. 21.02.2012. URL: <http://www.mn.ru/politics/78738> (Дата обращения 21.04.2023)

Soft power: теория, ресурсы, дискурс / под ред. О. Ф. Русаковой. Екатеринбург: Издательский Дом «Дискурс-Пи», 2015. 376 с.

Стратегия национальной безопасности Республики Армения (2007 г.) // Правительство Республики Армения. 2007. URL: <https://www.mfa.am/filemanager/Statics/Doctrinerus.pdf> (Дата обращения 21.04.2023)

Стратегия национальной безопасности Республики Армения (2020 г.) // Правительство Республики Армения. 2020. URL: <https://www.gov.am/ru/National-Security-Strategy/> (Дата обращения 21.04.2023)

Buhmann A., Ingenhoff D. Advancing the country image construct from a public relations perspective. From model to measurement // Journal of Communication Management. 2015. Vol. 19. № 1. P. 62-80.

Fitzpatrick K., Fullerton J., Kendrick A. Public Relations and Public Diplomacy: Conceptual and Practical Connections // Public Relations Journal. 2013. Vol. 7. № 4. P. 1-21.

Gilboa E. Diplomacy in the media age: Three models of uses and effects // Diplomacy and Statecraft. 2001. Vol. 12. № 2. P. 1-28.

The New Public Diplomacy. Soft Power in International Relations / Ed. By Jan Melissen. N.Y.: PALGRAVE MACMILLAN, 2005.

*Merickova L.* Alternative Approaches to Public Diplomacy // Polish Sociological Review. 2014. Vol. 3. № 187. P. 351-365.

The New Public Diplomacy. Soft Power in International Relations / Ed. By Jan Melissen. N.Y.: PALGRAVE MACMILLAN, 2005. 246 p.

*Nye J. S. Jr.* Public Diplomacy and Soft Power. The Annals of the American Academy of Political and Social Science. 2008. Vol. 616. № 1. P. 94-109.

*Paul C.* Strategic Communication: Origins, Concepts, and Current Debates. Westport: Praeger, 2011. 256 p.

*Rasmussen R.K., Merckelsen H.* The new PR of states: How nation branding practices affect the security function of public diplomacy // Public Relations Review. 2012. Vol. 38. P. 810-818.

The SAGE Handbook of Research Methods in Political Science and International Relations / Ed. by L. Curini and R. Franzese. In 2 volumes. L.: Sage, 2020. 1289 p.

*Saliu H.* Public Diplomacy and Related Concepts from the Perspective of Lasswell's Communication Formula // JAHR. 2020. Vol. 11. № 2. P. 357-376.

The Soft Power 30. Overall Ranking 2019 // URL: <https://softpower30.com/> (Дата обращения 21.04.2023)

*Trajkov V., Trajkov G.* The Influence of Public Diplomacy on the States Visibility in the International Relations // Journal of Liberty and International Affairs. 2015. Vol. 1. № 2. P. 70-78.

## References

Alimov A.A., Nemchinova T.S., Muzalëv A.A. (2017) Publichnaya diplomatiya na evraziyskom prostranstve. *Obshchestvo. Sreda. Razvitiye*. [Business. Environment. Development]. 3: 127-130.

Bakhriyev B.Kh. (2017) Publichnaya diplomatiya v sovremennom issledovatel'skom diskurse. *Vestnik Tadzhijskogo gosudarstvennogo universiteta prava, biznesa i politiki. Seriya obshchestvennykh nauk*. [Herald of Tadjik State University of Law, Business, and Politics] 1 (70): 131-147.

Bakhriyev B.Kh. (2018) Publichnaya diplomatiya v uregulirovanii konfliktov: vozmozhnosti dlya Tsentral'noy Azii. *Izvestiya Saratovskogo universiteta. Sotsiologiya. Politologiya*. [Herald of Saratov University. Sociology. Political Science] 18(2): 189-194.

Berdakov D. (2015) *Kyrgyzstan i myagkaya sila*. [Kyrgystan and soft power] «Berlek-Edinstvo». Tsentr geopoliticheskikh issledovaniy. URL: <http://berlek-nkp.com/analytics/3776-kyrgyzstan-i-myagkaya-sila.html> (Accessed 21.04.2023)



Borishpolets K.P. (2015) Publichnaya diplomatiya na prostranstve EAES: osmysleniye fenomena i tendentsiy razvitiya. *Vestnik MGIMO-Universiteta* [Herald of MGIMO University] 5(44): 42-55.

Buhmann A., Ingenhoff D. (2015) Advancing the country image construct from a public relations perspective. From model to measurement. *Journal of Communication Management*. 19(1): 62-80.

Burlinova N.V. (2017) *Kurs obshchestvennogo diplomata* [Public Diplomacy Text-book]. Moscow: NP RSMD.

Burlinova N.V., Vasilenko P.I., Ivanchenko V.S., Shakirov O.I. (2020) Ekspertnyy obzor rossiyskoy publichnoy diplomatii v 2018-2019 gg. 10 shagov na puti k effektivnoy publichnoy diplomatii Rossii. [Experts' Review on Russian Public Diplomacy] Moscow: NP RSMD.

Bykov I.A. (2019) Gosudarstvennyy PR i politicheskaya elita v sovremennoy Rossii. *Zhurnal politicheskikh issledovaniy* [Journal of Political Studies]. 3(3): 15-23.

Curini L., Franzese R. (eds) (2020) *The SAGE Handbook of Research Methods in Political Science and International Relations*. L.: Sage.

Fitzpatrick K., Fullerton J., Kendrick A. (2013) Public Relations and Public Diplomacy: Conceptual and Practical Connections. *Public Relations Journal*. 7(4): 1-21.

Gavra D.P. (2015) Kategoriya strategicheskoy kommunikatsii: sovremennoye sostoyaniye i bazovyye kharakteristiki. *Vek informatsii* [The Age of Information]. 3: 229-233.

Gilboa E. (2001) Diplomacy in the media age: Three models of uses and effects. *Diplomacy and Statecraft*. 12(2): 1-28.

Igonina E.A. (2020) «Myagkaya sila» kak odin iz elementov geostrategii Rossii na postsovetskom prostranstve, In: I.V.Kruchkov (ed.) *Publichnaya diplomatiya: formirovaniye effektivnykh modeley sistemnogo sotrudnichestva v Kavkazskom Regione* [Public Diplomacy: Effective Models of Systematic Cooperation in Caucasus Area]. Stavropol': Stavropol: SKFU.

*Kontseptsiya vneshney politiki Kyrgyzskoy Respubliki ot 10 yanvarya 2007 goda.* (2007) [Concept of Foreign Policy of the Kyrgyzstan Republic 2007] URL: <http://cbd.minjust.gov.kg/act/view/ru-ru/4569?cl=ru-ru> (Accessed: 21.04.2023).

*Kontseptsiya vneshney politiki Kyrgyzskoy Respubliki ot 11 marta 2019 goda.* (2019) [Concept of Foreign Policy of the Kyrgyzstan Republic 2019] URL: <http://cbd.minjust.gov.kg/act/view/ru-ru/430045> (Accessed: 21.04.2023).

*Kontseptsiya vneshney politiki Respubliki Kazakhstan na 2020 – 2030 gody* (2020) [Concept of Foreign Policy of the Kazakhstan Republic 2020-2030] URL: [https://www.akorda.kz/ru/legal\\_acts/decrees/o-koncepcii-vneshnei-politiki-respubliki-kazahstan-na-2020-2030-gody](https://www.akorda.kz/ru/legal_acts/decrees/o-koncepcii-vneshnei-politiki-respubliki-kazahstan-na-2020-2030-gody) (Accessed: 21.04.2023)

Kontseptsiya vneshney politiki Rossiyskoy Federatsii (2016) [The Concept of Foreign Policy of the Russian Federation 2016] URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/41451> (Accessed: 21.04.2023)

Kontseptsiya vneshney politiki Rossiyskoy Federatsii (2023) [The Concept of Foreign Policy of the Russian Federation 2023] URL: <https://www.mid.ru/ru/detail-material-page/1860586/> (Accessed: 21.04.2023)

Kuandykov T. (2023) *Opros Central Asia Barometer: Kazakhstantsy po-prezhnemu blagosklonny k Rossii?* [Do Kazakhs Still Favor to Russia?]. URL: <https://vlast.kz/obsshestvo/56691-opros-central-asia-barometer-kazahstancy-po-prezhnemu-blagosklonny-k-rossii.html> (Accessed: 21.10.2023)

Lebedeva M.M. (2017) *Publichnaya diplomatiya: Teoriya i praktika* [Public Diplomacy: Theory and Practice] Moscow: Aspekt Press.

Melissen J. (2005) *The New Public Diplomacy. Soft Power in International Relations*. N.Y.: PALGRAVE MACMILLAN.

Merickova L. (2014) Alternative Approaches to Public Diplomacy. *Polish Sociological Review*. 3(187): 351-365.

Minayeva L.V. (2021) Strategicheskaya kommunikatsiya kak instrument prodvizheniya natsional'nykh interesov strany. *Rossiyskaya shkola svyazey s obshchestvennost'yu*. [Russian School of Public Relations] 20: 52-77.

Nye J. (2006) *Gibkaya vlast': kak dobit'sya uspekha v mirovoy politike*. [Soft Power] Novosibirsk: Trendy.

Nye J. (2008) Public Diplomacy and Soft Power. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*. 616(1): 94-109.

Naumov A.O. (2016) «Myagkaya sila», «tsvetnyye revolyutsii» i tekhnologii smeny politicheskikh rezhimov v nachale XXI veka. [Soft Power, Color Revolutions and Technologies of Political Coups in the Beginning of 21 century] Moscow: ARGAMAK-MEDIA.

*Osnovnyye napravleniya vnutrenney i vneshney politiki Respubliki Belarus' (2005-2015)* (2005) [Basic Directions of Foreign and Domestic Policy of the Belarus Republic] URL: <https://pravo.by/document/?guid=3871> (Accessed: 21.10.2023)

Paul C. (2011) *Strategic Communication: Origins, Concepts, and Current Debates*. Westport: Praeger.

Putin V.V. (2012) *Rossiya i menyayushchiysya mir. Moskovskie Novosti* [Moscow News]. 21.02.2012. URL: <http://www.mn.ru/politics/78738> (Accessed: 21.10.2023)

Rasmussen R.K., Merkelsen H. (2012) The new PR of states: How nation branding practices affect the security function of public diplomacy. *Public Relations Review*. 2012. 38: 810-818.

Rusakova O.F. (2015) *Soft power: teoriya, resursy, diskurs* [Soft Power: Theory, Sources, and Discourse]. Ekaterinburg: Diskurs-Pi.

Saliu H. (2020) Public Diplomacy and Related Concepts from the Perspective of Lasswell's Communication Formula. *JAHHR*. 11(2): 357-376.

Strategiya natsional'noy bezopasnosti Respubliki Armeniya (2007) [Strategy of National Security of the Armenia Republic] URL: <https://www.mfa.am/filemanager/Statics/Doctrinerus.pdf> (Accessed: 21.10.2023)

Strategiya natsional'noy bezopasnosti Respubliki Armeniya (2020) [Strategy of National Security of the Armenia Republic] URL: <https://www.gov.am/ru/National-Security-Strategy/> (Accessed: 21.10.2023)

*The Soft Power 30. Overall Ranking* (2019) URL: <https://softpower30.com/> (Accessed: 21.10.2023)

Trajkov V., Trajkov G. (2015) The Influence of Public Diplomacy on the States Visibility in the International Relations. *Journal of Liberty and International Affairs*. 1(2): 70-78.

### **Сведения об авторе**

*Быков Илья Анатольевич* – д.полит.н., профессор кафедры связей с общественностью в политике и государственном управлении Санкт-Петербургского государственного университета; [i.bykov@spbu.ru](mailto:i.bykov@spbu.ru)

*I. A. Bykov* – doctor of political science, professor of the Department of Political PR and Public Administration, St Petersburg State University; [i.bykov@spbu.ru](mailto:i.bykov@spbu.ru)

Насибуллина Е.Д., Теренин Н.Н.

Уфа, Россия

**ПРОДВИЖЕНИЕ РУССКОГО ЯЗЫКА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ  
АРАБСКИХ СТРАН: ДИСКУРС-АНАЛИЗ И КЛАСТЕРНО-СЕТЕВОЙ  
АНАЛИЗ ТЕМАТИЧЕСКИХ СООБЩЕСТВ**

*Аннотация:* Актуальность статьи связана с усилением роли социальных сетей в популяризации русского языка как канала межнациональной коммуникации молодого поколения и инструмента укрепления дружбы и сотрудничества. Целью статьи является выявление эффективности инструментов «мягкой силы» в области распространения русского языка и культуры на различных платформах социальных сетей. Задачей исследования являлся анализ продвижения русского языка в социальных сетях. На основе информационно-коммуникационного подхода проведен дискурс анализ и кластерно-сетевой анализ тематических сетевых сообществ социальных сетей на основе авторской парс-программы с визуализацией в программе открытого доступа Gephi. Исследование позволило выявить существенные недостатки деятельности сообществ, популяризирующих русский язык среди арабоязычной аудитории, а также разработать рекомендации по улучшению продвижения. Результаты и выводы исследования имеют прикладное значение, так как могут быть использованы специалистами для повышения эффективности продвижения русского языка и позитивного образа России в арабских странах.

*Ключевые слова:* инструменты «мягкой силы», русский язык, арабские страны, межнациональная коммуникация, социальные сети, кластерно-сетевой анализ.

Ekaterina D. Nasibullina, Nikita I. Terenin

Ufa, Russia

## **PROMOTION OF THE RUSSIAN LANGUAGE IN SOCIAL NETWORKS OF ARAB COUNTRIES: DISCOURSE-ANALYSIS AND CLUSTER- NETWORK ANALYSIS OF THEMATIC COMMUNITIES**

*Abstract:* The relevance of the issue under discussion is determined by the increasing role of social networks in popularization of the Russian language as a channel of interenational communication of young people, and a tool of strengthening friendship and cooperation. The article is aimed at revealing the effectiveness of “soft power” tools in dissemination of the Russian language and culture on various platforms of social networks. The purpose of the research was to analyze the promotion of the Russian language in social networks. The discourse analysis and cluster-network analysis of thematic communities in social networks were carried out by applying the author’s pars-program with visualization in the program of open access Gephi. The reseach revealed significant shortcomings in the activities of the communities that popularize Russian among the Arabic-speaking audience. The recommendations aimed at improving the promotion were developed. The results and conclusions of the sresearch can be used by specialists to increase the effectiveness of promotion of the Russian language and positive image of Russia in Arab countries.

*Keywords:* soft power tools, Russian language, Arab countries, international communication, social networks, cluster-network analysis.

### **Постановка проблемы**

Русский язык широко распространен во всем мире, в том числе в арабских странах. Отношения между арабским миром и Россией восходят к началу XX века, когда Советский Союз установил тесные связи с несколькими арабскими странами. Русский язык важен в арабских странах по

нескольким причинам. Во-первых, это язык общения между Россией и арабскими странами. Дипломатические отношения между двумя регионами требуют использования русского языка, особенно в официальных встречах и переговорах. Во-вторых, русский язык необходим для торговых отношений между Россией и арабскими странами. Многие арабские страны импортируют товары из России, и знание русского языка может облегчить общение с российскими деловыми партнерами. Русский язык преподается во многих арабских странах, особенно в университетах и языковых центрах, например, в университетах Сирии. В некоторых арабских странах российское правительство создало культурные центры, предлагающие языковые курсы и другие культурные мероприятия для поощрения русского языка и культуры. Образование на русском языке в арабских странах в последние годы расширилось в связи с ростом экономических и культурных связей между двумя регионами.

Изучение русского языка в арабских странах дает ряд преимуществ. Во-первых, это открывает новые возможности для путешествий и работы в России и других русскоязычных странах. Россия - огромная страна с разнообразной культурой и природными чудесами, которые ежегодно привлекают миллионы туристов. Кроме того, бурно развивающаяся экономика России предлагает многочисленные возможности трудоустройства для тех, кто говорит на этом языке. Во-вторых, изучение русского языка обеспечивает доступ к огромному количеству информации и ресурсов на русском языке. Это особенно полезно для тех, кто работает в таких областях, как бизнес, политика и научные круги [Derakhshan, Ali & Hasanabbasi, Samareh, 2015]. Таким образом, изучение языка может помочь арабским говорящим оставаться в курсе последних исследований и разработок, способствует укреплению культурного взаимопонимания между арабскими и русскими общинами и взаимному уважению, облегчает общение и сотрудничество по различным вопросам, таким как политика, торговля и образование.

Несмотря на растущий интерес к изучению русского языка, его изучение в арабских странах может быть сложным по нескольким причинам. Во-первых, культурные и языковые различия между арабским и русским языками могут создавать проблемы для учащихся. Русский язык имеет сложную грамматику и использует кириллицу, которую арабоязычным людям трудно выучить [المجمعي, 2019: 4-6]. Во-вторых, во многих арабских странах ощущается нехватка ресурсов и квалифицированных учителей. По мере роста популярности языка появляется все больше ресурсов и курсов, как очно, так и дистанционно.

Основная деятельность по распространению русского языка среди иностранных граждан посредством ведения проектов, мероприятий и конкурсных занятий реализуется Россотрудничеством – ведущего российского агентства, главная миссия которого – усиление гуманитарного влияния России в мире. Организация представлена в 80 странах мира 87 заграничными представительствами. С 2021 года они получили неформальное название «Русский дом». Россотрудничество активно продвигает российское образование и достижения российской науки, сотрудничает с образовательными учреждениями стран-партнеров. Тысячи людей обучаются на курсах русского языка при Русских домах во многих странах мира. Агентство помогает с языковой практикой, дает возможность получить образование на русском языке, занимается подготовкой преподавателей-русистов и русскоязычных предметников. Каждый год агентство приглашает в Россию около 2000 человек из разных стран – детей соотечественников и молодых специалистов. Для этого разработаны и действуют программы «Здравствуй, Россия!» и «Новое поколение». С 2011 года Россотрудничество реализует программу краткосрочных ознакомительных поездок «Новое поколение» в Россию для молодых представителей политических, общественных, научных и деловых кругов иностранных государств. С 2014 года Россотрудничество реализует программу «Здравствуй, Россия!» для молодых соотечественников. Ежегодно порядка 700 подростков в возрасте от

14 до 19 лет из стран ближнего и дальнего зарубежья приезжают в Россию, чтобы познакомиться с её современной жизнью, образовательными и карьерными возможностями, прочувствовать многонациональную культуру своей исторической Родины, попрактиковаться в русском языке и найти новых друзей из разных стран. С 2021 года Россотрудничество, Ассоциация волонтерских центров и Русская гуманитарная миссия реализуют международный гуманитарный проект «Миссия Добро». Проект способствует развитию международного волонтерства в России и гуманитарного взаимодействия с зарубежными странами. В рамках миссии россияне участвуют в социально-значимых волонтерских проектах для оказания помощи и приобретения опыта международного волонтерства.

В наши дни социальные сети стали мощным инструментом для продвижения языков и культур по всему миру [*Abdelwahed, Seifeldeen, Alshehhi, Adnan et al, 2015*]. Развитие русского языка в арабских странах может способствовать укреплению культурных и экономических связей между этими странами. Это также может предоставить арабской аудитории возможность узнать о русской культуре, литературе и истории. Кроме того, русский язык является одним из шести официальных языков Организации Объединенных Наций и широко распространен в таких странах, как Россия, Беларусь, Казахстан и Украина.

Арабский мир - это регион с населением свыше 400 миллионов человек, и многие арабоязычные люди заинтересованы в изучении иностранных языков. Поэтому продвижение русского языка в арабских странах может стать прекрасной возможностью для создания культурного обмена и экономического сотрудничества между двумя регионами. Социальные сети могут быть использованы в качестве эффективных инструментов для продвижения русского языка в арабских странах.

Однако продвижение изучения русского языка дистанционным форматом может подвергнуться большим испытаниям. Некорректный формат постов, неактуальность публикуемой информации, низкий охват



активности участников и подписчиков групп и сообществ различных социальных сетей являются главными проблемами распространения русского языка посредством социальных сетей.

### **Методология исследования**

Методом информационной коммуникации, выбранным для данного исследования, является определение структуры коммуникационных связей между группами и внутри групп и информационного содержания коммуникации, отражающего ценности, которое проводится в рамках кластерно-сетевой модели [Бреслер, Мурзагулов, Сулейманов, 2019: 125-132]. Методология, которую мы использовали для нашего анализа, является расширением теории акторной сети Бруно Латура [Карманов, Золотарева, 2019: 114-121]. Мы рассматриваем сети не как единый акторно-сетевой домен, а как набор взаимопроникающих кластеров [Бреслер, 2020]. В данном случае под «сетевым кластером» понимается совокупность акторов, связанных общей сетевой коммуникацией. Примером кластера является сетевое взаимодействие множества взаимопроникающих сетевых сообществ, которое основано на безмасштабной сетевой модели А. Л. Барабаша - Р. Альберта и математической модели изотопных сетей [Liu, Dehtamy, Barabasi, 2021].

### **Описание методики исследования**

В данном анализе продвижения русского языка в социальных сетях арабских стран была проведена путем сканирования групп и сообществ социальных сетей при помощи авторской парс-программы SitanNet, созданная на базе Междисциплинарной цифровой лаборатории конструирования будущего «Digital Future» кафедры Международных отношений, истории и востоковедения УГНТУ в рамках программы «Приоритет 2030».

Актуальность технологии сканирования социальных сетей обусловлена необходимостью получения объективных данных, повышения эффективности анализа и снижения роли субъективной экспертной оценки.

Целью исследования является выявление структуры коммуникаций акторов сообществ по изучению и распространению русского языка среди арабоязычной аудитории с последующим составлением рекомендаций для дальнейшей работы в выбранной сфере.

Машинный анализ социальных сетей представляет собой процесс извлечения значимых данных из сообществ социальных сетей с помощью парс-программ. Парсинг сообществ социальных сетей - это метод анализа больших объемов данных социальных сетей для извлечения информации. Она производит сбор данных с различных социальных медиа-платформ. С помощью алгоритмов машинного обучения данные можно собирать, анализировать и интерпретировать в режиме реального времени.

Процесс сбора машинных данных с помощью парс-программы и дальнейший анализ включает в себя несколько этапов:

1. Формулировка цели проведения исследования: анализ продвижения русского языка среди арабоязычных пользователей социальной сети ВКонтакте;
2. Определение единиц исследования: группы и сообщества ВКонтакте, занимающиеся продвижением русского языка в арабоязычной среде;
3. Сбор данных сообществ по распространению и продвижению русского языка среди арабоязычных пользователей сети ВКонтакте. Эти данные включают информацию о профилях пользователей, их комментариях, лайках и других взаимодействиях;
4. Обработка данных с помощью с последующей визуализацией графа в программе Gephi. Визуализация позволяет выявить формально не декларируемые связи между различными акторами внутри исследуемых сообществ [Бреслер, 2015].

#### **Полученные в ходе анализа результаты исследования**

Для проведения исследования нами была выбрана российская социальная сеть ВКонтакте (VK) в качестве цифровой платформы по

изучению русского языка арабоязычными пользователями. VK является отличной платформой для изучения русского языка для арабов благодаря многочисленным сообществам и группам. Эти группы состоят из носителей русского языка и людей, которые изучают язык. Они предлагают множество ресурсов, таких как языковые обмены, уроки грамматики и лексики, а также практические упражнения.

Были проанализированы три официальных верифицированных сообщества агентства Россотрудничества. Данные сообщества (Русский дом в Бейруте, Русский дом в Каире, Русский дом в Тунисе) на платформе социальной сети ВКонтакте оказывают помощь в продвижении и поддержке образования, науки и русского языка за рубежом посредством распространения информации о мероприятиях, исторических и культурных датах России и проведении курсов русского языка. Также была выбрана активная группа по изучению русского языка и культуры среди арабоязычных пользователей социальной сети ВКонтакте «اللغة الروسية» Russian language Русский язык».

В результате сбора данных с помощью авторской парс-программы были получены сведения о контингенте пользователей, подписчиков, читателей и их взаимодействии в пределах одного сообщества. При дальнейшем анализе, создании и визуализации графа были выявлены активность подписчиков и их внутрисетевые связи. Группы «Русский дом в Бейруте» и «Русский дом в Каире» показали низкую активность основных участников сообществ, количество официальных подписчиков каждой группы не превышает 100 человек, однако в результате анализа было обнаружено значительное превышение количества пользователей сети ВКонтакте, которые не имеют прямой подписки или участия в исследуемых группах и не проявляют активности в качестве комментариев под публикациями или лайков, но являются читателями постов данных сообществ. При визуализации графа в программе Gephi видно, что

описанные выше пользователи (читатели) не имеют взаимных связей между собой и группой.

Табл. 1. Группы и количество подписчиков

Группа	Количество подписчиков	Количество узлов (участники)	Количество ребер (связи)
Русский дом в Бейруте	51	36503	56
Русский дом в Каире	46	36546	12

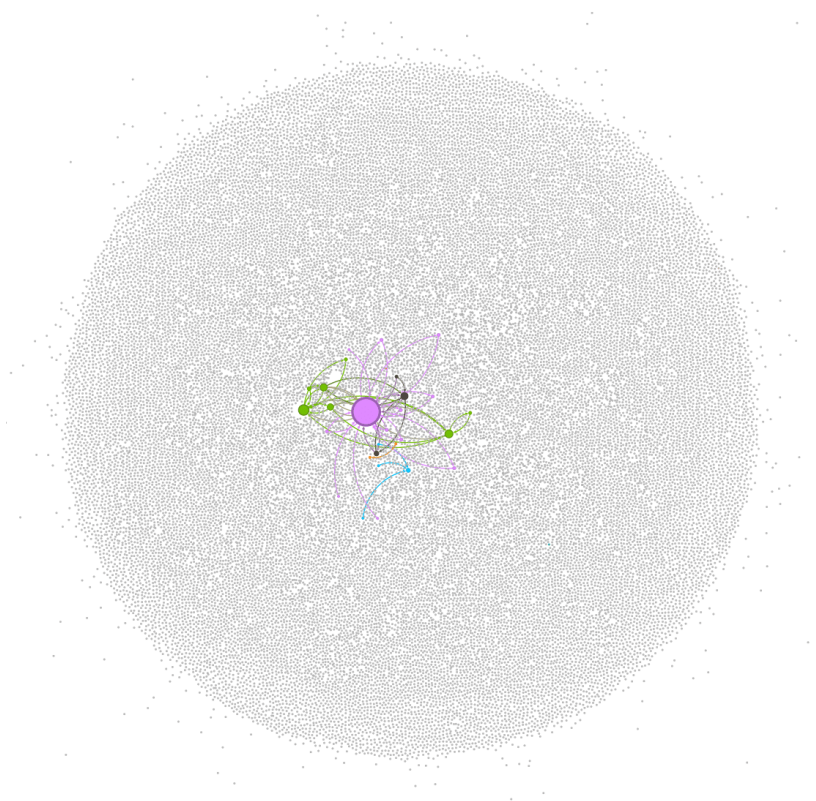


Рис. 1. Визуализация графа сетевого взаимодействия группы «Русский дом в Бейруте»

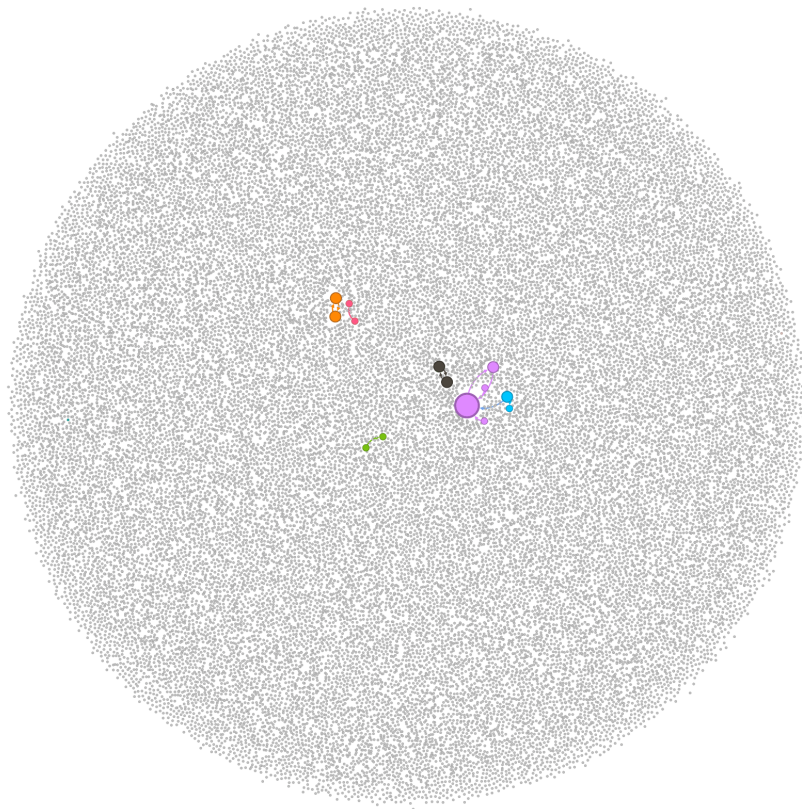


Рис. 2. Визуализация графа сетевого взаимодействия группы «Русский дом в Каире»

Группа «Русский дом в Тунисе» имеет около 4 тысяч официальных подписчиков и является самой активной группой из нами исследуемых. Структура коммуникаций данного сообщества разнообразна, выявлены активные пользователи сообщества, однако также имеется тенденция к увеличению числа читателей: официальных 4846 подписчиков, 39775 узлов (участников), 1634 ребра (связи).

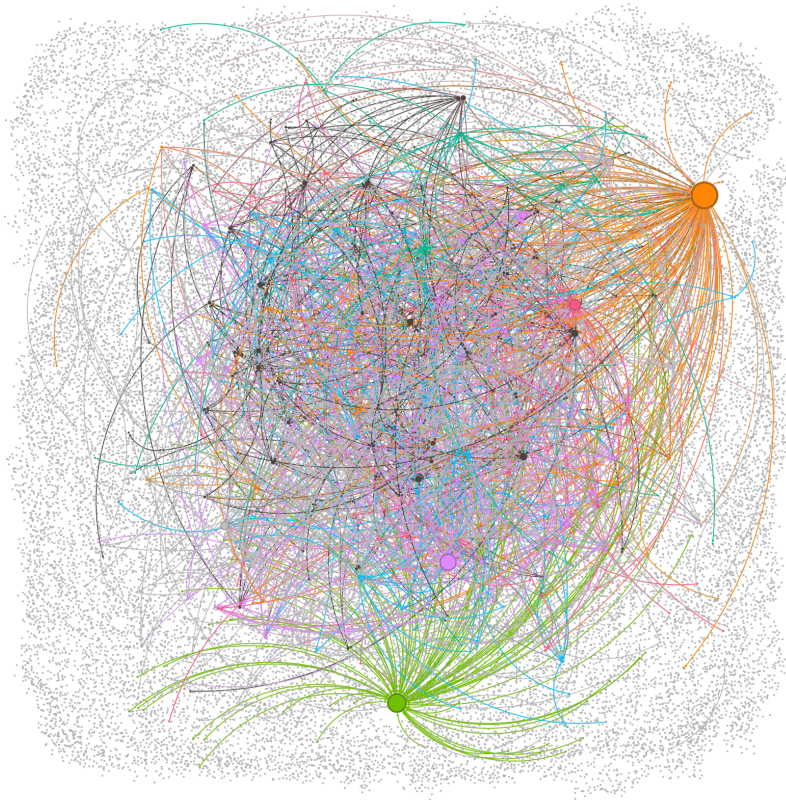


Рис. 3. Визуализация графа сетевого взаимодействия группы «Русский дом в Тунисе»

Группа «اللغة الروسية Russian language Русский язык» является самой популярной группой по изучению русского языка арабоязычными пользователями социальной сети ВКонтакте. Общая численность подписчиков составляет 2795 человек, количество узлов 41990, ребра (связи) 699. Данное сообщество обладает достаточно крепкой структурой коммуникации между участниками, тем не менее количество неактивных пользователей также находится на высоком уровне.

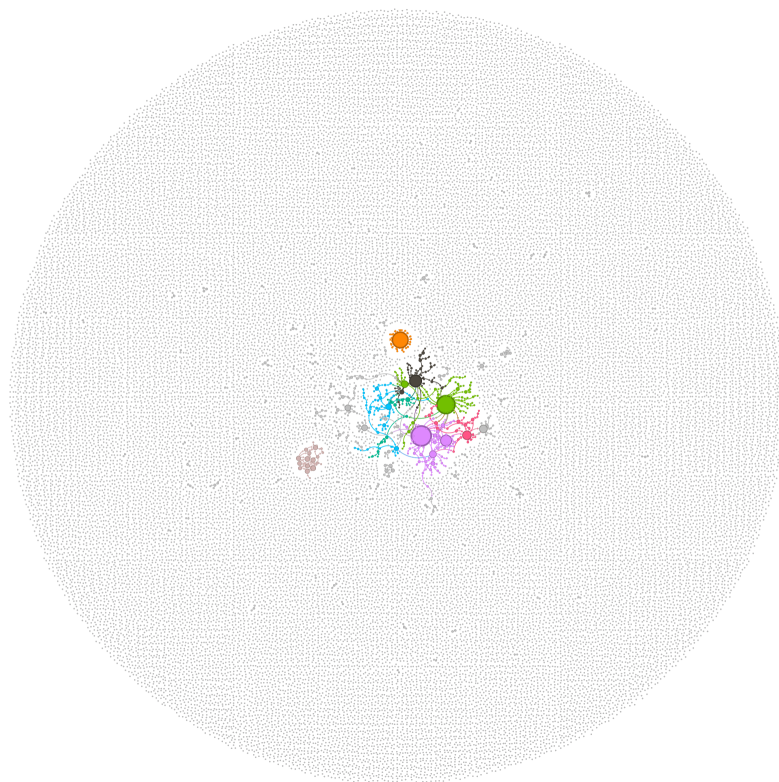


Рис. 4. Визуализация графа сетевого взаимодействия группы « اللغة الروسية Russian language Русский язык»

### **Выводы**

Исходя из полученных данных, мы видим, что группы в социальных сетях, обучающих арабоязычных подписчиков русскому языку, культуре, истории, имеют низкий показатель активности, вовлеченности пользователей в темы публикаций, дискуссий, межличностному общению внутри сообщества. Одной из наиболее распространенных причин, почему люди не подписываются на данные группы в социальных сетях, является отсутствие интересных публикаций и постов. Если какая-либо группа не делится качественным и полезным для обучающихся контентом, люди с меньшей вероятностью присоединятся к ней или проявят активность. Еще одна причина, по которой люди воздерживаются от подписки на группы, связана с соображениями конфиденциальности и во избежание риска конфликта с местными властями. В результате многие пользователи неохотно присоединяются к группам, где им может быть предложено поделиться своей

личной информацией. Также сообщества социальных сетей могут оказаться переполненными, что затрудняет для пользователей возможность быть замеченными. Пользователи могут чувствовать себя потерянными в толпе и неспособными общаться с другими, что приводит к отсутствию взаимодействия. Кроме того, некоторые группы могут иметь большое число участников, но только небольшая группа членов может быть активной, остальные остаются читателями. Это может сделать группу неактивной и неинтересной, что приводит к недостаточной вовлеченности пользователей, что мы и видим в отношении к исследуемым сообществам.

Мы предлагаем несколько рекомендаций, которые могут быть использованы в продвижении русского языка среди арабоязычных пользователей социальной сети ВКонтакте:

1. Создание групп изучения русского языка в социальных сетях с привлечением преподавателей русского языка как иностранного: Социальные сети, такие как ВКонтакте, можно использовать для создания сообществ, где арабы могут изучать русский язык. Эти группы могут модерироваться преподавателями русского языка и предоставлять такие материалы, как аудио- и видеоуроки, упражнения по грамматике и словарные списки, актуальные для международной, образовательной деятельности.

2. Обмен русской культурой и историей, привлечение аудитории к открытым обсуждениям: социальные сети могут использоваться для обмена информацией между участниками сообществ о русской культуре и истории. Это может включать в себя обмен статьями, видео и фотографиями о русской литературе, музыке, искусстве и архитектуре, местах пребывания, личные истории пользователей. Поделившись этой информацией, население арабского мира смогут узнать о богатстве и разнообразии русской культуры от самих пользователей, имеющих опыт в данной отрасли.

3. Организация программ языкового обмена в форматах личного или дистанционного присутствия: социальные сети могут использоваться для организации программ языкового обмена между носителями русского и



арабского языков. Это может предоставить арабоязычным обучающимся возможность практиковать владение русским языком с носителями языка и наоборот. Кроме того, для пропаганды русского языка в арабских странах важно использовать влиятельных личностей (инфлюенсеры) в социальных сетях, которые имеют большой интерес к русской культуре. Эти влиятельные лица могут делиться информацией о русском языке, культуре и истории со своими подписчиками, что может помочь повысить интерес к изучению языка.

В заключение, изучение русского языка для арабоязычной аудитории в сообществах социальных сетей имеет несколько преимуществ. Они могут помочь пользователям общаться с русскоговорящими людьми, получить доступ к российским СМИ и новостным агентствам, а также улучшить их языковые навыки. Однако необходимо поддерживать активность пользователей в сетевых сообществах для лучшего продвижения русского языка.

### **Библиография**

*Бреслер М.Г.* Методика комплексного анализа сетевого сообщества// Naukarastudent.ru. 2015. No. 09 (21) URL: <http://nauka-rastudent.ru/21/2919/>

*Бреслер М. Г.* Онтология сетевого бытия. Уфа: Издательство УГНТУ, 2020.

*Бреслер М. Г., Сулейманов А. Р.* Трансформация политической коммуникации и PR-деятельности в цифровом обществе // Журнал политических исследований. 2019. Т. 3. № 3. С. 125-132.

*Карманов М. В., Золотарева О. А.* Статистика как инструмент информационных войн // Вестник НГУЭУ. 2019. № 4. С. 114-121.

*Хайруллаева Н. К.* Эффективное изучение иностранных языков с помощью информационных технологий. 2022. 809-815.

*Abbas, Yaseen.* (2023). Лингвоориентированная методика преподавания русского языка как иностранного в арабской аудитории.

*Abdelwahed, Seifeldeen, Alshehhi, Adnan & Alhashimi, Nasser, Elkhodbia, Mohamed.* (2015). Social Networks: A Breakthrough in the Foreign Language Learning.

Baggio, Mariachiara. (2019). Promotion of the Russian language in the Italian school - Young Philology 2019.

Beseghi, Micol. (2017). Using Social Networks to Promote Collaboration and Leadership in Foreign Language Learning. Studies in Self-Access Learning Journal. 305-322.

Derakhshan, Ali, Hasanabbasi, Samareh. (2015). Social Networks for Language Learning. Theory and Practice in Language Studies. 5. 1090.

Lateef, Jamiu. (2022). Social networking as a tool for learning to improve students' language skills // International Journal of Education.

Liu Y., Dehmamy N., Barabasi A. L (2021). Isotopy and energy of physical networks // Nature Physics. Iss. 17. Vol. 2. P. 216-222.

Nuss, Svetlana. (2022). Student-Centred Approaches to Russian Language Teaching: Insights, Strategies, and Adaptations. Preface.

Shahatha, Yaser. (2019). The features of the linguistic and cultural component in teaching Russian language to Arab students. //Journal of the College of languages. P.125-138.

Wu, Pi-Chu. (2023). Social networks, language learning and language school student sojourners: a qualitative study.

المجمعي, عزام. (2019). Трудности обучения русскому языку арабских учащихся в арабских университетах.

## References

Abbas, Yaseen. (2023). Lingvo-oriented method of teaching the russian as a foreign language in the arab class.

Abdelwahed, Seifeldeen, Alshehhi, Adnan & Alhashimi, Nasser, Elkhodbia, Mohamed. (2015). Social Networks: A Breakthrough in the Foreign Language Learning.

Baggio, Mariachiara. (2019). Promotion of the Russian language in the Italian school - Young Philology 2019.

Beseghi, Micol. (2017). Using Social Networks to Promote Collaboration and Leadership in Foreign Language Learning. Studies in Self-Access Learning Journal. 305-322.

Bresler M. G. Ontologiya setevogo bytiya. Ufa: Izdatel'stvo UGNTU, 2020.

Bresler M. G., Suleymanov A. R. Transformatsiya politicheskoy kommunikatsii i PR-deyatel'nosti v tsifrovom obshchestve // Zhurnal politicheskikh issledovaniy. 2019. T. 3. № 3. S. 125-132.

Bresler M.G. Metodika kompleksnogo analiza setevogo soobshchestva// Naukarastudent.ru. 2015. No. 09 (21) URL: <http://nauka-rastudent.ru/21/2919/>

Derakhshan, Ali, Hasanabbasi, Samareh. (2015). Social Networks for Language Learning. Theory and Practice in Language Studies. 5. 1090.

Karmanov M. V., Zolotareva O. A. Statistika kak instrument informatsionnykh voyn // Vestnik NGUEU. 2019. № 4. S. 114-121.

Khayrullayeva N. K. Effektivnoye izucheniye inostrannykh yazykov s pomoshch'yu informatsionnykh tekhnologiy. 2022. 809-815.

Lateef, Jamiu. (2022). Social networking as a tool for learning to improve students' language skills // International Journal of Education.

Liu Y., Dehmamy N., Barabasi A. L (2021). Isotopy and energy of physical networks // Nature Physics. Iss. 17. Vol. 2. P. 216-222.

Nuss, Svetlana. (2022). Student-Centred Approaches to Russian Language Teaching: Insights, Strategies, and Adaptations. Preface.

Shahatha, Yaser. (2019). The features of the linguistic and cultural component in teaching Russian language to Arab students. //Journal of the College of languages. P.125-138.

Wu, Pi-Chu. (2023). Social networks, language learning and language school student sojourners: a qualitative study.

المجمعي عزام. (2019). Trudnosti obucheniya russkomu yazyku arabskikh uchashchikhsya v arabskikh universitetakh [The difficulties in Russian Language training for students in Arab universities].

### **Сведения об авторах**

*Насибуллина Екатерина Дмитриевна* – инженер-исследователь Уфимского Государственного Нефтяного Технического Университета (УГНТУ); [kathryndmitry170299@gmail.com](mailto:kathryndmitry170299@gmail.com).

*Теренин Никита Игоревич* – инженер-исследователь Уфимского Государственного Нефтяного Технического Университета (УГНТУ)

*Nasibullina, Ekaterina D.* – researcher-engineer of USPTU; [kathryndmitry170299@gmail.com](mailto:kathryndmitry170299@gmail.com).

*Terenin, Nikita I.* – researcher-engineer of USPTU.

Салиева Л.К., Аругюнова-Ястребкова Э.А.

Москва, Россия

Цеппи А.

Берн, Швейцария

## **«ОТМЕНА РУССКОЙ/РОССИЙСКОЙ КУЛЬТУРЫ»: КУЛЬТУРА ОТМЕНЫ ИЛИ АНТИБРЕНДИНГ РОССИИ?**

*Аннотация.* В статье сделана попытка ответить на вопрос о том, чем по сути является «отмена русской / российской культуры». Авторы исходят из гипотезы, что называемое так явление вероятнее всего является частью стратегической коммуникации стран Запада и может быть названо антибрендингом. С целью ответить на поставленный вопрос сначала рассматриваются понятия «культура отмены» и «антибрендинг», затем обосновывается, почему антибрендинг русской культуры может рассматриваться как эффективный метод нанесения ущерба имиджу России, и в завершение, опираясь на данные контент-анализа западных медиаресурсов, «отмена русской / российской культуры» исследуется в аспектах акторов отмены, оснований отмены и условий ультиматума. В заключении авторы приходят к выводу, что исследуемое явление представляет собой антибрендинг государства РФ посредством нанесения имиджевого и материального ущерба самому сильному компоненту бренда России (а значит, и бренду в целом) путем исключения России из культурного поля Запада, представления культуры России несвободной, зависимой от государства, а также унижения достоинства культурных деятелей России.

*Ключевые слова:* отмена русской / российской культуры, культура отмены, антибрендинг, имидж России.

Liudmila K.Salieva, Elsa.V. Arutyunova-Yastrebkova

Moscow, Russia

Alessia Ceppi

Bern, Switzerland

**«CANCELLATION OF RUSSIAN CULTURE»:  
IS IT CANCEL CULTURE OR ANTI-BRANDING OF RUSSIA?**

*Abstract.* The article makes an attempt to answer the question what the “cancellation of Russian culture” essentially is. The authors proceed from the hypothesis that the phenomenon under this name is, most likely, part of the strategic communication of Western countries and can be called anti-branding. In order to answer the question posed, the concepts of “cancel culture” and “anti-branding” are first considered, then it is substantiated why anti-branding of Russian culture can be considered an effective method of damaging the image of Russia, and finally, based on the data from content analysis of Western media resources, “cancellation of Russian culture” is explored in terms of the actors of the abolition, the grounds for the abolition and the conditions of the ultimatum. The authors come to the conclusion that the phenomenon under investigation represents anti-branding of the Russian state by causing image and material damage to the strongest component of the Russian brand (and therefore brand as a whole) by means of excluding Russia from the cultural field of the West, presenting Russian culture as unfree, dependent on state, as well as disgracing cultural figures of Russia.

*Keywords:* cancellation of Russian culture, cancel culture, anti-branding, image of Russia

## **Введение**

После начала в феврале 2022 г. специальной военной операции сотрудничество западных стран со многими российскими учреждениями и деятелями культуры было прервано по инициативе бывших зарубежных партнёров. В обиход вошло выражение «отмена русской культуры» в понятийных рамках «культуры отмены» [Котикова, 2022].

Возникает вопрос, является ли отмена русской культуры действительно культурой отмены или коммуникационной технологией, направленной на нанесение ущерба имиджу России.

Пытаясь ответить на данный вопрос, мы считаем необходимым уточнить объём понятий «культура отмены» и «антибрендинг» и определить, почему антибрендинг русской культуры может рассматриваться как эффективный метод нанесения ущерба имиджу России, а после этого, опираясь на данные контент-анализа западных медиаресурсов, исследовать данную проблематику с позиций конкретных акторов и мотивов их действий. Это даст возможность сделать вывод о том, является ли инициатором указанной деятельности общественность зарубежных стран (в этом случае мы действительно имеем дело с культурой отмены) или же речь идёт о действиях органов, подчиненных государству и, соответственно, применяющих на практике конкретную политико-коммуникационную технологию.

## **История вопроса**

### ***Культура отмены***

Согласно последней сетевой версии Международного словаря Мерриэм-Уэбстера, значение слова “canceling” (отмена), которому синонимично возникшее в качестве хештега в Твиттере понятие “cancel culture” (культура отмены), сегодня включает следующие компоненты: «Отмена ... всех, кто занимает место в общественном сознании... Цель отмены часто состоит в том, чтобы лишить... внимания, чтобы человек

потерял культурную ценность... Люди говорят об экономике внимания – когда вы лишаете кого-то своего внимания, вы лишаете его средств к существованию» [*What It Means...*, 2023].

В энциклопедии «Британника» отмечается роль социальных сетей в культуре отмены, их способность повышать скорость, масштаб и воздействие соответствующих призывов, а также их влияние [*Pro and Con...*, 2023].

Культура отмены рассматривается как инициатива низового уровня (grass-root). В статье, опубликованной в «Нью-Йорк таймс» в марте 2022 г., отмена русской культуры названа «спонтанно развивающимся глобальным движением сопротивления в поддержку Украины» («a kind of global ad hoc pro-Ukraine-resistance-solidarity-movement») [*Bokat-Lindell*, 2022].

В этом смысле культура отмены может быть определена как «форма современного остракизма, при которой человек или группа людей подвергаются осуждению со стороны общества и лишаются его поддержки. Один из главных инструментов культуры отмены, который доступен фактически каждому, – социальные сети» [*Котикова*, 2022]. Культура отмены наносит как материальный (потеря доходов), так и нематериальный, имиджевый-ущерб.

По мнению П. Г. Былевского и Е. П. Цацкиной, «с точки зрения национальной безопасности “культура отмены” предстает “внекультурной” и “антикультурной” политической технологией, инструментом информационной войны. Специфика этого феномена заключается в сочетании организационно-технических характеристик (использования глобальных информационных платформ, социальных сетей) и имитационной общественности (сочетания коллективной анонимности и скрытых центров управления)» [*Былевский, Цацкина*, 2022: 167].

Что касается феномена отмены русской культуры, то есть основания утверждать, что мы сталкиваемся именно с политико-коммуникационной технологией: «Новости об отмене не всегда подтверждаются, обычно существуют и контрпримеры – кажется, что отменить часть мирового

культурного наследия очень сложно, но с культурным канселлингом явно сталкиваются известные люди из России, работающие за рубежом или участвующие в международных проектах. Однако данные поисковых запросов и сообщения СМИ не демонстрируют глобальной заинтересованности пользователей как русскоязычных, так и англоязычных, в отмене русской культуры» [Котикова, 2022].

Также следует отметить, что действия, связанные с отменой русской культуры, направлены на нанесение ущерба не отдельным личностям, а имиджу России как государству в целом. В этой связи возникает необходимость обратиться к феномену антибрендинга.

### *Антибрендинг*

Данный термин был заимствован в политический дискурс из сферы маркетинга, но в несколько измененном значении. В маркетинге под антибрендингом понимается деятельность недовольных потребителей в сети Интернет, направленная на создание негативной онлайн-идентичности у целевого бренда [Браун, 2018: 95]. При этом считается, что сама деятельность носит спонтанный характер и не управляется конкурентами. Соответственно, можно утверждать, что антибрендинг в коммерческой среде близок к культуре отмены в первом из упомянутых выше смыслов – своего рода «сетевому остракизму».

В политическом же контексте, в условиях, когда в практике международных отношений мягким инструментам влияния придается все больше и больше значения, государства для повышения своей привлекательности могут прибегать как к улучшению собственного образа, так и к дискредитации имиджа других стран, парализуя тем самым «мягкую силу» действительных и потенциальных конкурентов.

По определению Дж. Брауна, национальный антибрендинг – это «продуманная кампания, намеренно проводимая государственной организацией с целью дискредитации международного имиджа соперника и приводящая к сокращению возможностей соответствующей страны



проецировать «мягкую силу»» [Браун, 2018: 81]. Это определение согласуется со второй из упомянутых выше трактовок культуры отмены, её пониманию в качестве деструктивной политико-коммуникационной технологии.

В дальнейшем под культурой отмены мы будем понимать стихийную инициативу снизу, возникающую в обществе, а под антибрендингом – стратегическую коммуникационную технологию.

### **Постановка вопроса**

Для того, чтобы с уверенностью утверждать, является ли так называемая отмена русской культуры коммуникационной технологией или самопроизвольным протестом, необходимо провести исследование.

Первый вопрос, на который в этой связи мы считаем необходимо ответить, заключается в том, почему русская культура может представлять собой значимую мишень с точки зрения нанесения ущерба имиджу России.

Согласно Индексу национальных брендов Anholt-GfK, который измеряет репутацию стран по шести критериям (экспорт, государственное управление, культура, люди, туризм и иммиграция/инвестиции), самым сильным компонентом бренда России является культура [Что такое бренд страны, 2022; Каганович, 2018: 293].

Принято считать, что для улучшения имиджа следует укреплять сильные стороны бренда [Гринёв, 2009; Буторов, Стрельцов, 2015: 20]. Поскольку самым сильным компонентом бренда России является культура, то именно этот компонент нуждается в усилении и продвижении. Именно поэтому, как утверждает Дж. Браун крайне важно, чтобы «антибрендинговая кампания наносила бы удары именно по тем областям, на которых принимающая сторона планировала сделать акцент для создания собственного позитивного образа» [Браун, 2018: 98]. Следовательно, мы можем заключить, что, с точки зрения конкурента, желающего нанести ущерб имиджу России, самой эффективной мишенью будет именно культура.

Отмена русской культуры включает достаточно обширный круг разноаспектных проблем. Мы постараемся дать частичный ответ на поставленные вопросы, основываясь на изучении посредством контент-анализа публикаций таких информационных ресурсов, как национальное информационное агентство «ANSA» (Италия), «The New York Times» (США) и «Le Figaro» (Франция).

### **Результаты исследования**

По теме нами было найдено и отобрано 33 статьи: 18 – из «ANSA», 7 – из «The New York Times», 8 – из «Le Figaro». Рассматривались статьи, опубликованные в период с 24 февраля по 7 декабря 2022 г. На основании критерия «интенсивность публикаций» указанный отрезок времени был разбит на два периода. В первый период, с 24 февраля по 31 марта 2022 г., СМИ более интенсивно освещали тему отказа от российской/русской культуры, а в течение второго периода, начавшегося 1 апреля 2022 г., эта проблематика постепенно стала уходить из информационного пространства: так, за это время в «The New York Times» вышли только две статьи об отмене русской культуры.

В контент-анализ были включены позиции «отмена российской/русской культуры» и «портрет позиций людей по отношению к отмене российской/русской культуры» (см. Приложение 1. и приложение 2.).

Из 18 публикаций «ANSA» четыре были непосредственно посвящены поддержке отмены российской/русской культуры. Среди тех, кто поддерживал такую отмену, были мэр города Милана Дж. Сала, руководство Венского филармонического оркестра и театра «Ла Скала».

24 февраля 2022 Дж. Сала, который одновременно является и президентом театра «Ла Скала», потребовал от дирижёра В. Гергиева четко выразить свою позицию по отношению к президенту России и специальной военной операции. Требование осуждения было выдвинуто в качестве условия продолжения сотрудничества [Ucraina, 2022b]. Гергиев не ответил на данный ультиматум. 28 февраля 2022 г. Дж. Сала сообщил, что Гергиев не

будет дирижировать предстоящими исполнениями оперы П. И. Чайковского «Пиковая дама» [*Gergiev tace, 2022*].

24 февраля руководители Венского филармонического оркестра и Концертного зала Карнеги-холл в Нью-Йорке сообщили об отстранении от выступлений В. Гергиева и пианиста Д. Мацуева. Решение было принято после того, как руководство оркестра получило сообщение о возможности возникновения протестов в том случае, если Гергиев приедет в США на гастроль, при этом «Ansa» не уточняет, откуда поступили угрозы [*Valery Gergiev, 2022*].

Восемь статей «ANSA» посвящены поддержке русской культуры, выражая позицию «против отмены». Среди тех, кто выражает эту позицию, есть как отдельные персоналии, так и организации: мэр города Флоренции Д. Нарделла, писатель А. Скурати, # музыкальный руководитель Римской оперы М. Мариотти, Университет Инсубрии. Примечательно, что театр «Ла Скала» после отказа от сотрудничества с В. Гергиевым в первом периоде, впоследствии поддержал русскую культуру.

Так, мэр Флоренции, когда его попросили снести памятник Ф. М. Достоевскому, сказал, что нельзя «стереть многовековую русскую культуру» [*Ucraina..., 2022a*].

А. Скурати и М. Мариотти открыто выступили против культуры отмены, заявив, что «это абсурдно и контрпродуктивно думать о запрете русской культуры, поскольку она является одним из высших выражений европейской культуры» [*Scurati..., 2022*] и что «искусство объединяет и обвинять искусство и культуру, или использовать их для разделения, создания барьеров – противоречит самой концепции искусства» [*Mariotti..., 2022*].

27 мая 2022 г. российская певица А. Нетребко вновь выступила на сцене театра «Ла Скала» [*Netrebko..., 2022*], а в июне 2022 г. театр объявил, что опера М. П. Мусоргского «Борис Годунов» откроет новый сезон и что

театр не намерен устраивать «охоту на ведьм» и отменять постановки русских опер [*La Scala...*, 2022].

7 декабря 2022 года состоялась премьера оперы «Борис Годунов», на которой присутствовали некоторые итальянские и европейские политики, в том числе президент Италии С. Маттарелла, премьер-министр Дж. Мелони, а также Председатель Европейской комиссии У. фон дер Ляйен. Перед премьерой С. Маттарелла заявил, что «великая русская культура является неотъемлемой частью европейской культуры. Это элемент, который невозможно стереть» [*L'Ucraina...*, 2022].

В поддержку русской/российской культуры выступили также рядовые итальянцы. Например, житель Неаполя нарисовал фреску-портрет Ф. М. Достоевского в знак протеста против решения отменить курс лекций о творчестве великого русского писателя в Миланском университете Бикокка [*Putin elogia*, 2022].

В шести статьях «Ansa» освещается как позиция «за», так и позиция «против» отмены русской / российской культуры. Позиция «за отмену» выражалась некоторыми правительственными учреждениями Италии, а также украинским правительством и консулом Украины в Италии, а позиция «против» была выражена рядовыми гражданами и отдельными творческими организациями. В Университете Инсубрии после решения Университета Бикокка отменить курс писателя П. Нори, посвященный Ф. М. Достоевскому, в апреле 2022 г. решили открыть этот курс у себя, заявляя, что «происходящее на Украине не имеет ничего общего с шедеврами литературы, и что культура и красота – единственные лекарства для предотвращения человеческой жестокости» [*Ucraina...*, 2022d]. Кроме того, информация об этом случае отмены попала в социальные сети, где вызвала шквал критики, в том числе и со стороны итальянских политиков. Результатом критики стало то, что университет разрешил восстановить курс, но писатель решил его проводить в Университете Инсубрии [*La Bicocca...*, 2022].

Другой пример, когда решение об отмене русской/российской культуры было подвергнуто критике со стороны итальянцев, связан с отменой мероприятия, посвященного 200-летию со дня рождения Ф. М. Достоевского генуэзским театром Гови Ди Больцането. Театр, объясняя свою позицию, поместил в социальных сетях сообщение о том, что такое решение было принято, поскольку одним из организаторов выступает российское консульство. Это решение было подвергнуто острой критике со стороны итальянцев в комментариях, таких как: «Консульство представляет Россию, а не российское правительство», «Плохое решение. Действительно плохое» [*Ucraina...*, 2022c].

Интересна ситуация с фондом «Ermitage Italia», который сам занял двойственную позицию, поскольку, с одной стороны, приостановил отношения с Эрмитажем, а с другой стороны, не прервал отношений с людьми, в том числе с кураторами, учеными и менеджерами престижного российского культурного учреждения. Генеральный секретарь фонда М. Чеккони заявил, что «важно поддержать отношения с людьми, чтобы не допустить разрыва той фундаментальной нити, которой является культура» [*Ermitage...*, 2022].

В трех статьях освещается позиция Украины. Две из них касаются решения украинского правительства и одна – заявления украинского консула в Италии.

Негативная позиция украинского правительства проявилась в связи с выступлением украинских танцоров в балете «Лебединое озеро» в городах Феррара и Неаполь. Руководство театра города Феррара выразило неудовольствие, заявляя, что «русская культура является достоянием человечества, и культура должна объединять, наводить мосты между народами, а не разделять» [*Anche a Ferrara ballerini*, 2022].

Консул Украины в Милане А. Картыш обратился с письмом к суперинтенданту театра «Ла Скала» Д. Мейеру, мэру Дж. Сала и президенту региона А. Фонтане с просьбой не открывать новый театральный сезон

оперой «Борис Годунов» и пересмотреть программу будущих спектаклей, исключив из нее русскую музыку и сольный концерт А.Нетребко. В качестве обоснования своей просьбы он выдвинул аргумент, что существует риск наличия пропагандистских элементов в русских музыкальных постановках. В своем письме он подчеркивает разочарование и сожаление украинского сообщества в Италии в связи с художественным выбором театра. В ответ руководство театра заявило, что не имеет намерения пересматривать программу нового сезона [*Il console ucraino alla Scala, 2022*].

В «The New York Times» из семи статей четыре посвящены поддержке отмены русской/российской культуры (позиция «за отмену») учреждениями и фестивалями, такими как, Метрополитен-опера; музыкальный фестиваль в Люцерне (Швейцария); Карнеги-холл, «Ла Скала», Мюнхенский филармонический оркестр; кинофестивали; Нью-Йоркский филармонический оркестр; тулузский оркестр. Главным обоснованием разрыва сотрудничества было то обстоятельство, что российские артисты либо были близки к власти, как, например, В. Гергиев, либо не заняли позицию против СВО.

В частности, руководство театра «Метрополитен Опера» заявило, что разорвёт отношения со всеми артистами, поддерживающими российскую власть. Генеральный директор театра отметил, что такое решение будет действовать «до тех пор, пока порядок не будет восстановлен и не будут произведены реституции» [*Hernández, 2022a*].

Практически одновременно такую же позицию заняли руководители музыкального фестиваля в Люцерне и «Карнеги-холла», «Ла Скала» и Мюнхенский филармонический оркестр разорвали контракты с В.Гергиевым [*Landler, 2022*].

Мэр Тулузы выдвинул дирижёру Т. Сохиеву требование осудить СВО. Дирижер выступил с официальным заявлением по этому поводу и уволился как из Большого театра, так и с должности дирижера оркестра Тулузы. Он также был отстранен от работы с Нью-Йоркским филармоническим оркестром. По этому поводу Д. Борда, президент и исполнительный директор

филармонии, заявила, что «Нью-Йоркская филармония стремится представлять российских музыкантов и произведения русских композиторов, но при этом оркестр не будет представлять артистов, если они имеют прямые связи с российским правительством» [Hernández, 2022b].

Интерес представляет ситуация, сложившаяся на кинофестивалях. В участии отказали всем представителям России, включая тех, кто осудил СВО, а также представителям других стран, которые оказались косвенно связаны с Россией. Например, фильм российского режиссера К. Соколова, официально занявшего позицию против СВО, не показали на кинофестивале в Глазго в Шотландии, поскольку он получил российское государственное финансирование. На Вильнюсском международном кинофестивале в Литве исключили из показа пять фильмов, в том числе и работу финского режиссера Юхо Куосманена, который также получил российское финансирование [Marshall, 2022].

В трёх статьях «The New York Times» освещает двойственную позицию руководства учреждений разных стран.

Исполнительный и художественный директор «Карнеги-Холла» в Нью-Йорке К. Гиллинсон не раз демонстрировал противоположные взгляды. Например, он вышел на сцену, чтобы поприветствовать российского пианиста Д. Трифонова и объяснить, что «Карнеги-Холл» не будет дискриминировать артистов по национальному признаку. Но за неделю до этого события он отменил выступления В. Гергиева и Д. Мацуева за их связи с российской властью.

«Метрополитен-опера» и Фестиваль Вербье в Швейцарии отменили все события с участием тех российских артистов, которые не осудили СВО [Troianovski, Hernández, 2022]. Театр «Метрополитен-опера», с одной стороны, прекратил сотрудничество с артистами и учреждениями, которые близки к российской власти, а, с другой стороны, открыл новый сезон оперой Чайковского «Евгений Онегин» с участием трех русских артистов [Ibid]. Похожую позицию занял и театр «Ла Скала», который сначала отменил

спектакли А.Нетребко, а в конце мая провел ее концерт, на который были распроданы все билеты [*Hernández, 2022c*].

Некоторые театральные деятели, такие как А. Хомоки, руководитель оперного театра в Цюрихе, и Л. Гетц, основатель и художественный руководитель серии сольных концертов в Ванкувере, не стали полностью отказываться от российских артистов. При этом А. Хомоки заявил, что, возможно, он будет вынужден рассмотреть вопрос об отмене выступлений некоторых из них, если они столкнутся с широким общественным осуждением или если в театре выразят озабоченность по поводу их политических взглядов. Л. Гетц отменила запланированное выступление российского пианиста А. Малофеева, заявив, что в настоящий момент времени она не может «с чистой совестью устраивать концерты российских артистов, если они не готовы публично выступить против этой войны» [*Hernández, 2022d*]. Это ее решение широко критиковалось общественностью, и многие выступили с требованием допустить А. Малофеева к выступлению. Тогда Л. Гетц, чтобы оправдать свои действия заявила, что она так поступила, потому что беспокоилась о безопасности пианиста. В статье также содержалась информация о том, что Фонд Ван Клиберна в Форт-Уэрте допустил 15 российских пианистов к прослушиванию для участия в Конкурсе Клиберна 2022 года.

В «Le Figaro» четыре из восьми опубликованных по теме статьей сообщают о фактах поддержки отмены российской/русской культуры (позиция «за отмену»). Среди тех, кто поддерживал отмену, – руководители кинофестивалей, украинские кинематографисты, театры, а также посол Украины в Германии.

Украинские кинематографисты призывали международное сообщество к тотальному бойкоту России [*Plumet, 2022a*]. Призывы к бойкоту получили поддержку нескольких институтов, в том числе Европейской киноакадемии, которая присоединилась к масштабным глобальным санкциям и решила



исключить российские фильмы из конкурса «European Film Awards» 2022 года [*Boycott des films russes, 2022*].

Что касается театров, то в «Le Figaro» освещали отмену выступлений российских артистов на нью-йоркской, лондонской, немецкой, итальянской, французской и польской сценах. Кроме А. Нетребко, В. Гергиева и Т. Сохиева, французская газета также сообщает, что дирижер П. Сорокин был уволен из Королевского оперного театра в Лондоне. Кроме того, «Le Figaro» размещает информацию о театрах, которые не упоминались в газетах «Ansa» и «The New York Times». В Польше в начале марта Польской национальной оперой была отменена постановка оперы М. П. Мусоргского «Борис Годунов»; Загребский филармонический оркестр отменил два концерта, в программе которых были произведения П. И. Чайковского. Парижская Филармония отменила «выступления артистов, поддержавших Владимира Путина». Эта статья также цитирует противоречивое заявление французского министра культуры Р. Бачело, которая, с одной стороны, говорила, что «нет никакого бойкота русской культуры. И российские музыканты, конечно, продолжают играть», а, с другой стороны, она заявила, что «мы не хотим видеть представителей российских институтов или художников, которые явно поддержали Владимира Путина» [*La hausse des déprogrammations, 2022*].

Посол Украины в Германии бойкотировал концерт солидарности, объяснив свой поступок тем, что «все солисты, включая пианиста Евгения Кисина и баритона Родиона Погосова, были русскими, что является оскорблением его и его страны в условиях, когда идет война» [*Allemagne, 2022*].

В «Le Figaro» также встретилась одна статья о двойственной позиции, продемонстрированной Филармоническим оркестром Кардиффа, который объявил, что в связи с СВО программа 18 марта 2022 г. в Сент-Дэвидс-холле была изменена. Причиной послужила не национальность композитора (П.И. Чайковский), а названия выбранных произведений: «Славянский марш»,

увертюра «1812 год», 2-я симфония «Малороссийская». Директор Кардиффского филармонического оркестра М. Мэй заявил, что в сложившихся условиях объявленная программа неуместна. С другой стороны, он также уверяет, что не намерен исключать русских композиторов из программы: «Мы не планируем менять нашу программу на лето и осень, в которую входят произведения Рахманинова, Прокофьева и Римского-Корсакова. Особенно мы не намерены исключать Чайковского. Мы понимаем, что какое бы решение мы ни приняли, оно не будет удачным, поэтому мы находимся между молотом и наковальней» [*Plumet, 2022b*].

Остальные три статьи «Le Figaro» рассматривают поддержку российской / русской культуры (позиция «против отмены») музыкантами Национального оркестра Капитолия Тулузы, украинским режиссером С. Лозницей и некоторыми театрами, которые пригласили А. Нетребко.

Музыканты Национального оркестра Капитолия Тулузы публично выразили поддержку Т. Сохиеву, который был музыкальным руководителем оркестра с 2008 г., заявив, что они хотели бы продолжить работу с российским маэстро [*Cherner, 2022*].

Украинский режиссер С. Лозница выразил несогласие с бойкотом российских артистов на основании национальности, заявив, что «о людях нужно судить по их высказываниям, их индивидуальным действиям, а не по их паспортам. Каждый отдельный случай должен рассматриваться по существу». Впоследствии за это он был исключен из Украинской киноакадемии [*Pour l'Ukrainien Sergei Loznitsa, 2022*].

После того, как А. Нетребко была многократно исключена из программ театров на Западе, в том числе из программы Метрополитен-опера в Нью-Йорке, причем на неопределенный срок, певица выступила в Парижской филармонии и Опере Монте-Карло [*Après la polémique, 2022*].

## **Выводы**

Результаты контент-анализа позволяют сделать следующие выводы:

Так называемая «отмена русской / российской культуры» вряд ли может считаться действительной «культурой отмены», но является деструктивной технологией стратегической коммуникации стран Запада, поскольку акторами подобных действий выступают преимущественно правительственные органы и учреждения, тогда как профессиональное сообщество и общественность чаще открыто поддерживают русскую / российскую культуру.

Данная технология является антибрендингом государства, так как деятели культуры подвергаются бойкоту за «связь с правительством», «государственное финансирование». В том случае, если известные деятели культуры станут осуждать политику государства, откажутся поддерживать действия правительства, это может нанести серьезный ущерб имиджу страны.

Технология отмены русской / российской культуры стремится нанести как имиджевый, так и материальный ущерб самому сильному компоненту бренда Российской Федерации, а следовательно, и бренду в целом путём исключения нашей страны и ее представителей из культурного поля Запада, представления культуры России несвободной, зависимой от государства.

Отмена русской / российской культуры имеет также целью раскол российского общества через воздействие на общественное сознание посредством осудивших СВО ролевых моделей.

### **Библиография**

*Браун Дж.* Антибрендинг России в американских медиа: освещение сочинской Олимпиады // *Международные процессы.* 2018. Т. 16. № 2. С. 91–121. <http://www.intertrends.ru/system/Doc/ArticlePdf/2017/aYoNUh9Qmj.pdf>.

*Буторов С. А., Стрельцов В. В.* Роль культуры и искусства в формировании международного имиджа России // *Вестник Московского государственного университета культуры и искусств.* 2015. № 2(64). С. 18–26.

Былевский П. Г., Цацкина Е. П. Феноменологический анализ явления «культура отмены» // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2022. № 2 (857). С. 162–169.

Гринёв И.В. Роль национальной российской культуры в формировании международного имиджа страны. Автореф. дисс. канд. филос. наук. Специальность: 24.00.01. Москва, 2009.

Каганович А.А. Сущностные характеристики и компоненты национального брендинга: формирование бренда современной России в условиях глобальной конкуренции // Вестник РУДН. Серия: Политология. 2018. Т. 20. № 2. С. 288–297.

Котикова Е. «Отмена русской культуры»: что показывает статистика цифровых следов? // Системный Блокъ. Дата размещения 12.09.2022. Дата обращения 03.09.2023. URL: <https://sysblok.ru/society/otmena-russkoj-kultury-chto-pokazyvaet-statistika-cifrovyh-sledov/>

Что такое бренд страны? Рейтинг всех стран по национальному брендингу 2022 // Международные инвестиции. Дата размещения 15.12.2022. Дата обращения 03.09.2023. URL: <https://dzen.ru/a/Y5r55UvvVwu0Zwrd>.

Allemagne: l'ambassadeur ukrainien boycotte un concert de soutien avec des solistes russes. *Le Figaro*. Date of placement 27.03.2022. Accessed 03.09.2023. URL: <https://www.lefigaro.fr/flash-actu/Allemagne-l-ambassadeur-ukrainien-boycotte-un-concert-de-soutien-avec-des-solistes-russes-20220327>.

Anche a Ferrara ballerini ucraini non danzeranno Cajkovskij. *Ansa*. Date of placement 08.04.2022. Accessed 03.09.2023. URL: [https://www.ansa.it/emiliaromagna/notizie/2022/04/08/anche-a-ferrara-ballerini-ucraini-non-danzeranno-cajkovskij\\_759c97c0-bd04-406a-acad-413c3e1420e7.html](https://www.ansa.it/emiliaromagna/notizie/2022/04/08/anche-a-ferrara-ballerini-ucraini-non-danzeranno-cajkovskij_759c97c0-bd04-406a-acad-413c3e1420e7.html).

Après la polémique, la soprano russe Anna Netrebko fait son grand retour à Paris. *Le Figaro*. Date of placement 25.05.2022. Accessed 03.09.2023. URL: <https://www.lefigaro.fr/musique/apres-la-polemique-la-soprano-russe-anna-netrebko-fait-son-grand-retour-a-paris-20220525>

Bokat-Lindell S. (2022) Putin's Getting Sanctioned, but Russia's Getting Canceled. *The New York Times*. Date of placement 09.03.2022. Accessed 03.09.2023. URL: <https://www.nytimes.com/2022/03/09/opinion/ukraine-russia-cancel-culture-putin.html>.

Boycott des films russes aux European film awards. *Le Figaro*. Date of placement 02.03.2022. Accessed 03.09.2023. URL: <https://www.lefigaro.fr/cinema/boycott-des-films-russes-aux-european-film-awards-20220302>.

Cherner S. (2022) Ukraine: le chef Tugan Sokhiev soutenu par l'orchestre du Capitole de Toulouse face à la mairie. *Le Figaro*. Date of placement 29.03.2022. Accessed 03.09.2023. URL: <https://www.lefigaro.fr/musique/ukraine-le-chef-tugan-sokhiev-soutenu-par-l-orchestre-du-capitole-de-toulouse-face-a-la-mairie-20220329>.

Ermitage Italia suspende i rapporti con la Russia (2022). *Ansa*. Date of placement 10.03.2022. Accessed 03.09.2023. URL: [https://www.ansa.it/sito/notizie/cultura/arte/2022/03/10/ermitage-italia-suspende-i-rapporti-con-la-russia\\_79413aaf-4c4f-42ad-a61e-3c619f1d141c.html](https://www.ansa.it/sito/notizie/cultura/arte/2022/03/10/ermitage-italia-suspende-i-rapporti-con-la-russia_79413aaf-4c4f-42ad-a61e-3c619f1d141c.html).

Gergiev tace sull'Ucraina, non dirigerà alla Scala (2022). *Ansa*. Date of placement 28.02.2022. Accessed 03.09.2023. URL: [https://www.ansa.it/sito/notizie/cultura/teatro/2022/02/28/sala-escludo-che-gergiev-sara-sul-podio-della-scala-il-5-marzo\\_10ae4b4a-c5da-439c-a280-c1716568f6e9.html](https://www.ansa.it/sito/notizie/cultura/teatro/2022/02/28/sala-escludo-che-gergiev-sara-sul-podio-della-scala-il-5-marzo_10ae4b4a-c5da-439c-a280-c1716568f6e9.html).

Hernández J. C. (2022a) Metropolitan Opera Says It Will Cut Ties With Pro-Putin Artists. *The New York Times*. Date of placement 27.02.2022. Accessed 03.09.2023. URL: <https://www.nytimes.com/2022/02/27/arts/music/met-opera-putin-ukraine-peter-gelb.html>.

Hernández J. C. (2022b) Russian Conductor Will Not Appear With New York Philharmonic. *The New York Times*. Date of placement 18.03.2022. Accessed 03.09.2023. URL: <https://www.nytimes.com/2022/03/18/arts/music/philharmonic-conductor-russia-ukraine.html>

Hernández J. C. (2022c) The Netrebko Question. *The New York Times*. Date of placement 22.06.2022. Accessed 03.09.2023. URL: <https://www.nytimes.com/2022/06/22/arts/music/anna-netrebko-opera-putin-russia.html>

Hernández J. C. (2022d) Too Close to Putin? Institutions Vet Artists, Uncomfortably. *The New York Times*. Date of placement 05.03.2022. Accessed 03.09.2023. URL: <https://www.nytimes.com/2022/03/05/arts/music/russian-artists-putin.html>.

Il console ucraino alla Scala, non aprite con Boris Godunov (2022). *Ansa*. Date of placement 10.11.2022. Accessed 03.09.2023. URL: [https://www.ansa.it/sito/notizie/cultura/musica/2022/11/10/il-console-ucraino-alla-scala-non-aprite-con-boris-godunov\\_2da48539-3e18-4fdf-bd08-12e7e3db9ea7.html](https://www.ansa.it/sito/notizie/cultura/musica/2022/11/10/il-console-ucraino-alla-scala-non-aprite-con-boris-godunov_2da48539-3e18-4fdf-bd08-12e7e3db9ea7.html).

La Bicocca cancella corso su Dostoevskij, poi fa dietrofront. *Ansa*. Date of placement 02.03.2022. Accessed 03.09.2023. URL: [https://www.ansa.it/sito/notizie/cultura/libri/narrativa/2022/03/02/paolo-nori-cancellato-mio-corso-su-dostoevskij-e-censura\\_de57bb9b-a256-4bb2-bd24-c8de27789527.html](https://www.ansa.it/sito/notizie/cultura/libri/narrativa/2022/03/02/paolo-nori-cancellato-mio-corso-su-dostoevskij-e-censura_de57bb9b-a256-4bb2-bd24-c8de27789527.html)

La hausse des déprogrammations artistiques russes relance le débat sur les boycotts culturels. *Le Figaro*. Date of placement 10.03.2022. Accessed 03.09.2023. URL:

<https://www.lefigaro.fr/culture/la-hausse-des-deprogrammations-artistiques-russes-relance-le-debat-sur-les-boycotts-culturels-20220310>.

La Scala apre con un'opera russa (2022). Meyer: "No alla caccia alle streghe". *Ansa*. Date of placement 06.06.2022. Accessed 03.09.2023. URL: [https://www.ansa.it/sito/notizie/cultura/2022/06/06/la-scala-apre-con-unopera-russa.-meyer-no-alla-caccia-alle-streghe\\_29ab9b9c-4a98-4af3-ac4b-4b4298f15ea5.html](https://www.ansa.it/sito/notizie/cultura/2022/06/06/la-scala-apre-con-unopera-russa.-meyer-no-alla-caccia-alle-streghe_29ab9b9c-4a98-4af3-ac4b-4b4298f15ea5.html).

Landler M. (2022) Invasion Brings Russia Global Repudiation With Cold War Echoes. *The New York Times*. Date of placement 28.02.2022. Accessed 03.09.2023. URL: <https://www.nytimes.com/2022/02/28/world/europe/russia-ukraine-global-reaction.html?searchResultPosition=3>

L'Ucraina protagonista alla prima della Scala. *Ansa*. Date of placement 07.12.2022. Accessed 03.09.2023. URL: [https://www.ansa.it/sito/notizie/politica/2022/12/07/lucraina-protagonista-alla-prima-della-scala\\_406b9de8-3702-48ce-ae14-263875451ef9.html](https://www.ansa.it/sito/notizie/politica/2022/12/07/lucraina-protagonista-alla-prima-della-scala_406b9de8-3702-48ce-ae14-263875451ef9.html).

Mariotti, la musica unisce, non la si usi per creare barriere. *Ansa*. Date of placement 13.04.2022. Accessed 03.09.2023. URL: [https://www.ansa.it/sito/notizie/cultura/musica/2022/04/13/mariotti-la-musica-unisce-non-la-si-usi-per-creare-barriere\\_a72702e7-5fe3-4ca3-a745-0229c3f1f2e7.html](https://www.ansa.it/sito/notizie/cultura/musica/2022/04/13/mariotti-la-musica-unisce-non-la-si-usi-per-creare-barriere_a72702e7-5fe3-4ca3-a745-0229c3f1f2e7.html).

Marshall A. (2022) To Boycott Russians, or Not? In Film and Beyond, That's the Question. *The New York Times*. Date of placement 04.03.2022. Accessed 03.09.2023. URL: <https://www.nytimes.com/2022/03/04/movies/film-boycott-russia-ukraine.html>.

Netrebko sold out alla Scala, torno a casa. *Ansa*. Date of placement 26.05.2022. Accessed 03.09.2023. URL: [https://www.ansa.it/sito/notizie/cultura/musica/2022/05/26/scala-domani-netrebko-sold-out-torno-a-casa\\_c3207387-88c0-490c-9ddd-1f23120da08e.html](https://www.ansa.it/sito/notizie/cultura/musica/2022/05/26/scala-domani-netrebko-sold-out-torno-a-casa_c3207387-88c0-490c-9ddd-1f23120da08e.html).

Plumet A. (2022a) «Tout le cinéma russe doit être bloqué» : des réalisateurs ukrainiens appellent au boycott. *Le Figaro*. Date of placement 08.03.2022. Accessed 03.09.2023. URL: <https://www.lefigaro.fr/culture/tout-le-cinema-russe-doit-etre-bloque-des-realisateur-ukrainiens-appellent-au-boycott-20220308>

Plumet A. (2022b) Guerre en Ukraine: l'Orchestre philharmonique de Cardiff déprogramme Tchaïkovski *Le Figaro*. Date of placement 14.03.2022. Accessed 03.09.2023. URL: <https://www.lefigaro.fr/musique/guerre-en-ukraine-l-orchestre-philharmonique-de-cardiff-deprogramme-tchaikovski-20220314>.

Pour l'Ukrainien Sergei Loznitsa, le boycott systématique des artistes russes est «grotesque» (2022). *Le Figaro*. Date of placement 25.05.2022. Accessed 03.09.2023. URL: <https://www.lefigaro.fr/festival-de-cannes/pour-l-ukrainien-sergei-loznitsa-le-boycott-systematique-des-artistes-russes-est-grotesque-20220525>.

Pro and Con: Cancel Culture (2023). *Encyclopædia Britannica*. Date of placement 25.01.2022. Accessed 03.09.2023. URL: <https://www.britannica.com/story/pro-and-con-is-cancel-culture-good-for-society>.

Putin elogia il murales di Dostoevskij a Napoli, "dà speranza". *Ansa*. Date of placement 31.03.2022. Accessed 03.09.2023. URL: [https://www.ansa.it/campania/notizie/2022/03/31/putin-elogia-il-murales-di-dostoevskij-a-napoli-da-speranza\\_6c8e6a63-6db9-42c7-86b9-90afd3e95ede.html](https://www.ansa.it/campania/notizie/2022/03/31/putin-elogia-il-murales-di-dostoevskij-a-napoli-da-speranza_6c8e6a63-6db9-42c7-86b9-90afd3e95ede.html).

Scurati, la cancel culture è sottocultura, va rifiutata. *Ansa*. Date of placement 02.03.2022. Accessed 03.09.2023. URL: [https://www.ansa.it/sito/notizie/cultura/libri/approfondimenti/2022/03/02/ansa-focus/scurati-cancel-culture-e-sottocultura-va-rifiutata\\_3b207e87-77c4-47d9-b4af-c53ed5dc88fe.html](https://www.ansa.it/sito/notizie/cultura/libri/approfondimenti/2022/03/02/ansa-focus/scurati-cancel-culture-e-sottocultura-va-rifiutata_3b207e87-77c4-47d9-b4af-c53ed5dc88fe.html)

Troianovski A., Hernández J. C. (2022) Putin Goes Into Battle on a Second Front: Culture c. *The New York Times*. Date of placement 25.03.2022. Accessed 03.09.2023. URL: <https://www.nytimes.com/2022/03/25/world/europe/putin-cancel-culture-rowling.html>

Ucraina (2022a): Nardella, non buttiamo giù statua Dostoevskij a Firenze. *Ansa*. Date of placement 02.03.2022. Accessed 03.09.2023. URL: [https://www.ansa.it/sito/notizie/cronaca/2022/03/02/ucraina-nardella-non-buttiamo-giu-statua-dostoevskij-a-firenze\\_563ada6c-ca06-4097-85d3-477056ce326e.html](https://www.ansa.it/sito/notizie/cronaca/2022/03/02/ucraina-nardella-non-buttiamo-giu-statua-dostoevskij-a-firenze_563ada6c-ca06-4097-85d3-477056ce326e.html).

Ucraina (2022b): Sala, Gergiev condanni o stop collaborazione con Scala. *Ansa*. Date of placement 24.02.2022. Accessed 03.09.2023. URL: [https://www.ansa.it/sito/notizie/mondo/europa/2022/02/24/ucraina-sala-gergiev-condanni-o-stop-collaborazione-con-scala\\_2fb4b4f7-443a-4a64-bea3-d07684d4bc69.html](https://www.ansa.it/sito/notizie/mondo/europa/2022/02/24/ucraina-sala-gergiev-condanni-o-stop-collaborazione-con-scala_2fb4b4f7-443a-4a64-bea3-d07684d4bc69.html)

Ucraina (2022c): teatro genovese annulla festival su Dostoevskij . *Ansa*. Date of placement 02.03.2022. Accessed 03.09.2023. URL: [https://www.ansa.it/liguria/notizie/2022/03/02/ucraina-teatro-genovese-annulla-festival-su-dostoevskij\\_f31bb328-92f7-483b-adbe-ff219f61da24.html](https://www.ansa.it/liguria/notizie/2022/03/02/ucraina-teatro-genovese-annulla-festival-su-dostoevskij_f31bb328-92f7-483b-adbe-ff219f61da24.html).

Ucraina (2022d): Università Insubria ospita Nori, 'cultura è farmaco'. *Ansa*. Date of placement 23.04.2022. Accessed 03.09.2023. URL: [https://www.ansa.it/lombardia/notizie/2022/04/22/ucraina-universita-insubria-ospita-nori-cultura-e-farmaco\\_a5c72ebb-7fe0-4e3a-ab72-d1cda1114e16.html](https://www.ansa.it/lombardia/notizie/2022/04/22/ucraina-universita-insubria-ospita-nori-cultura-e-farmaco_a5c72ebb-7fe0-4e3a-ab72-d1cda1114e16.html).

Valery Gergiev sostituito a guida dei Wiener negli Usa (2022). *Ansa*. Date of placement 24.02.2022. Accessed 03.09.2023. URL: [https://www.ansa.it/sito/notizie/mondo/2022/02/24/valery-gergiev-sostituito-a-guida-dei-wiener-negli-usa\\_186c1101-4627-4098-a96c-d1eadedc931f.html](https://www.ansa.it/sito/notizie/mondo/2022/02/24/valery-gergiev-sostituito-a-guida-dei-wiener-negli-usa_186c1101-4627-4098-a96c-d1eadedc931f.html).

[What It Means to Get 'Canceled' \(2023\). Merriam-Webster Dictionary. Thesaurus. Date of modify 31.08.2023. Accessed 03.09.2023. URL: https://www.merriam-webster.com/wordplay/cancel-culture-words-were-watching.](#)

## References

Allemagne: l'ambassadeur ukrainien boycotte un concert de soutien avec des solistes russes. *Le Figaro*. Date of placement 27.03.2022. Accessed 03.09.2023. URL: <https://www.lefigaro.fr/flash-actu/Allemagne-l-ambassadeur-ukrainien-boycotte-un-concert-de-soutien-avec-des-solistes-russes-20220327>.

Anche a Ferrara ballerini ucraini non danzeranno Cajkovskij. *Ansa*. Date of placement 08.04.2022. Accessed 03.09.2023. URL: [https://www.ansa.it/emiliaromagna/notizie/2022/04/08/anche-a-ferrara-ballerini-ucraini-non-danzeranno-cajkovskij\\_759c97c0-bd04-406a-acad-413c3e1420e7.html](https://www.ansa.it/emiliaromagna/notizie/2022/04/08/anche-a-ferrara-ballerini-ucraini-non-danzeranno-cajkovskij_759c97c0-bd04-406a-acad-413c3e1420e7.html).

Après la polémique, la soprano russe Anna Netrebko fait son grand retour à Paris. *Le Figaro*. Date of placement 25.05.2022. Accessed 03.09.2023. URL: <https://www.lefigaro.fr/musique/apres-la-polemique-la-soprano-russe-anna-netrebko-fait-son-grand-retour-a-paris-20220525>

*Bokat-Lindell S. (2022) Putin's Getting Sanctioned, but Russia's Getting Canceled. The New York Times. March 9. URL: https://www.nytimes.com/2022/03/09/opinion/ukraine-russia-cancel-culture-putin.html (assessed: 03.09.2023).*

Boycott des films russes aux European film awards. *Le Figaro*. Date of placement 02.03.2022. Accessed 03.09.2023. URL: <https://www.lefigaro.fr/cinema/boycott-des-films-russes-aux-european-film-awards-20220302>.

*Braun D. Antibrending Rossii v amerikanskikh media: oshcheshcheniye sochinskoy Olimpiady [Anti-branding of Russia in American media: the coverage of the Olympics in Sochi] // Mezhdunarodnyye protsessy. [International processes]. 2018. T. 16. № 2. pp. 91–121 <http://www.intertrends.ru/system/Doc/ArticlePdf/2017/aYoNUh9Qmj.pdf>.*

*Butorov S.A., Strel'tsov V. V. Rol' kul'tury i iskusstva v formirovanii mezhdunarodnogo imidzha Rossii [The role of culture and art in shaping international image of Russia] // Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo universiteta kul'tury i iskusstv. [Bulletin of the Moscow State University of Culture and Arts]. 2015. № 2(64)., pp. 18 – 26.*

*Bylevskiy P. G., Tsatskina E. P. Fenomenologicheskiy analiz yavleniya «kul'tura otmeny» [Phenomenological analysis of the phenomenon of “cancel culture”] // Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta. Gumanitarnyye nauki. [Bulletin*



of the Moscow State Linguistic University. Humanitarian sciences]. 2022. № 2 (857). pp. 162–169.

Cherner S. (2022) Ukraine: le chef Tugan Sokhiev soutenu par l'orchestre du Capitole de Toulouse face à la mairie. *Le Figaro*. Date of placement 29.03.2022. Accessed 03.09.2023. URL: <https://www.lefigaro.fr/musique/ukraine-le-chef-tugan-sokhiev-soutenu-par-l-orchestre-du-capitole-de-toulouse-face-a-la-mairie-20220329>.

[Chto takoye brend strany? Reyting vsekhn stran po natsional'nomu brendingu 2022 \[What is a country brand? Rating of all countries by nation branding 2022\] // Mezhdunarodnyye investitsii. Date of placement 15.12.2022 Accessed 09.03.2023 URL: <https://dzen.ru/a/Y5r55UvvVwu0ZwrD>.](#)

Ermitage Italia sospende i rapporti con la Russia (2022). *Ansa*. Date of placement 10.03.2022. Accessed 03.09.2023. URL: [https://www.ansa.it/sito/notizie/cultura/arte/2022/03/10/ermitage-italia-sospende-i-rapporti-con-la-russia\\_79413aaf-4c4f-42ad-a61e-3c619f1d141c.html](https://www.ansa.it/sito/notizie/cultura/arte/2022/03/10/ermitage-italia-sospende-i-rapporti-con-la-russia_79413aaf-4c4f-42ad-a61e-3c619f1d141c.html).

Gergiev tace sull'Ucraina, non dirigerà alla Scala (2022). *Ansa*. Date of placement 28.02.2022. Accessed 03.09.2023. URL: [https://www.ansa.it/sito/notizie/cultura/teatro/2022/02/28/sala-escludo-che-gergiev-sara-sul-podio-della-scala-il-5-marzo\\_10ae4b4a-c5da-439c-a280-c1716568f6e9.html](https://www.ansa.it/sito/notizie/cultura/teatro/2022/02/28/sala-escludo-che-gergiev-sara-sul-podio-della-scala-il-5-marzo_10ae4b4a-c5da-439c-a280-c1716568f6e9.html).

*Grinëv I.V.* Rol' natsional'noy rossiyskoy kul'tury v formirovanii mezhdunarodnogo imidzha strany [The role of national Russian culture in the formation of the international image of the country] Avtoref. diss. kand. filos. nauk. Spetsial'nost' 24.00.01. Moscow, 2009.

Hernández J. C. (2022a) Metropolitan Opera Says It Will Cut Ties With Pro-Putin Artists. *The New York Times*. Date of placement 27.02.2022. Accessed 03.09.2023. URL: <https://www.nytimes.com/2022/02/27/arts/music/met-opera-putin-ukraine-peter-gelb.html>.

Hernández J. C. (2022b) Russian Conductor Will Not Appear With New York Philharmonic. *The New York Times*. Date of placement 18.03.2022. Accessed 03.09.2023. URL: <https://www.nytimes.com/2022/03/18/arts/music/philharmonic-conductor-russia-ukraine.html>

Hernández J. C. (2022c) The Netrebko Question. *The New York Times*. Date of placement 22.06.2022. Accessed 03.09.2023. URL: <https://www.nytimes.com/2022/06/22/arts/music/anna-netrebko-opera-putin-russia.html>

Hernández J. C. (2022d) Too Close to Putin? Institutions Vet Artists, Uncomfortably. *The New York Times*. Date of placement 05.03.2022. Accessed 03.09.2023. URL: <https://www.nytimes.com/2022/03/05/arts/music/russian-artists-putin.html>.

Il console ucraino alla Scala, non aprite con Boris Godunov (2022). *Ansa*. Date of placement 10.11.2022. Accessed 03.09.2023. URL:

[https://www.ansa.it/sito/notizie/cultura/musica/2022/11/10/il-console-ucraino-alla-scala-non-aprite-con-boris-godunov\\_2da48539-3e18-4fdf-bd08-12e7e3db9ea7.html](https://www.ansa.it/sito/notizie/cultura/musica/2022/11/10/il-console-ucraino-alla-scala-non-aprite-con-boris-godunov_2da48539-3e18-4fdf-bd08-12e7e3db9ea7.html).

*Kaganovich A.A.* Sushchnostnyye kharakteristiki i komponenty natsional'nogo brendinga: formirovaniye brenda sovremennoy rossii v usloviyakh global'noy konkurentsii [Essential characteristics and components of national branding: formation of the brand of modern Russia in the conditions of global competition.] // Vestnik RUDN. Seriya: Politologiya. [2018](#). Vol. 20 №2 pp. 288—297.

*Kotikova E.* «Otmena russkoy kul'tury»: chto pokazyvayet statistika tsifrovyykh sledov? [Cancellation of Russian culture”: what do the statistics of digital traces show?] // Sistemnyy blok. Obshchestvo [Date of placement](#) 12.09.2022 Accessed 09.03.2023 [URL:](#) <https://sysblok.ru/society/otmena-russkoj-kultury-chto-pokazyvaet-statistika-cifrovyyh-sledov/>

La Bicocca cancella corso su Dostoevskij, poi fa dietrofont. *Ansa*. Date of placement 02.03.2022. Accessed 03.09.2023. [URL:](#) [https://www.ansa.it/sito/notizie/cultura/libri/narrativa/2022/03/02/paolo-nori-cancellato-mio-corso-su-dostoevskij-e-censura\\_de57bb9b-a256-4bb2-bd24-c8de27789527.html](https://www.ansa.it/sito/notizie/cultura/libri/narrativa/2022/03/02/paolo-nori-cancellato-mio-corso-su-dostoevskij-e-censura_de57bb9b-a256-4bb2-bd24-c8de27789527.html)

La hausse des déprogrammations artistiques russes relance le débat sur les boycotts culturels. *Le Figaro*. Date of placement 10.03.2022. Accessed 03.09.2023. [URL:](#) <https://www.lefigaro.fr/culture/la-hausse-des-deprogrammations-artistiques-russes-relance-le-debat-sur-les-boycotts-culturels-20220310>.

Landler M. (2022) Invasion Brings Russia Global Repudiation With Cold War Echoes. *The New York Times*. Date of placement 28.02.2022. Accessed 03.09.2023. [URL:](#) <https://www.nytimes.com/2022/02/28/world/europe/russia-ukraine-global-reaction.html?searchResultPosition=3>

La Scala apre con un'opera russa (2022). Meyer: "No alla caccia alle streghe". *Ansa*. Date of placement 06.06.2022. Accessed 03.09.2023. [URL:](#) [https://www.ansa.it/sito/notizie/cultura/2022/06/06/la-scala-apre-con-unopera-russa.-meyer-no-alla-caccia-alle-streghe\\_29ab9b9c-4a98-4af3-ac4b-4b4298f15ea5.html](https://www.ansa.it/sito/notizie/cultura/2022/06/06/la-scala-apre-con-unopera-russa.-meyer-no-alla-caccia-alle-streghe_29ab9b9c-4a98-4af3-ac4b-4b4298f15ea5.html).

L'Ucraina protagonista alla prima della Scala. *Ansa*. Date of placement 07.12.2022. Accessed 03.09.2023. [URL:](#) [https://www.ansa.it/sito/notizie/politica/2022/12/07/luraina-protagonista-alla-prima-della-scala\\_406b9de8-3702-48ce-ae14-263875451ef9.html](https://www.ansa.it/sito/notizie/politica/2022/12/07/luraina-protagonista-alla-prima-della-scala_406b9de8-3702-48ce-ae14-263875451ef9.html).

Mariotti, la musica unisce, non la si usi per creare barriere. *Ansa*. Date of placement 13.04.2022. Accessed 03.09.2023. [URL:](#) [https://www.ansa.it/sito/notizie/cultura/musica/2022/04/13/mariotti-la-musica-unisce-non-la-si-usi-per-creare-barriere\\_a72702e7-5fe3-4ca3-a745-0229c3f1f2e7.html](https://www.ansa.it/sito/notizie/cultura/musica/2022/04/13/mariotti-la-musica-unisce-non-la-si-usi-per-creare-barriere_a72702e7-5fe3-4ca3-a745-0229c3f1f2e7.html).

Marshall A. (2022) To Boycott Russians, or Not? In Film and Beyond, That's the Question. *The New York Times*. Date of placement 04.03.2022. Accessed 03.09.2023. URL: <https://www.nytimes.com/2022/03/04/movies/film-boycott-russia-ukraine.html>.

Netrebko sold out alla Scala, torno a casa. *Ansa*. Date of placement 26.05.2022. Accessed 03.09.2023. URL: [https://www.ansa.it/sito/notizie/cultura/musica/2022/05/26/scala-domani-netrebko-sold-out-torno-a-casa\\_c3207387-88c0-490c-9ddd-1f23120da08e.html](https://www.ansa.it/sito/notizie/cultura/musica/2022/05/26/scala-domani-netrebko-sold-out-torno-a-casa_c3207387-88c0-490c-9ddd-1f23120da08e.html). Plumet

A. (2022a) «Tout le cinéma russe doit être bloqué» : des réalisateurs ukrainiens appellent au boycott. *Le Figaro*. Date of placement 08.03.2022. Accessed 03.09.2023. URL: <https://www.lefigaro.fr/culture/tout-le-cinema-russe-doit-etre-bloque-des-realisateur-ukrainiens-appellent-au-boycott-20220308>

Plumet A. (2022b) Guerre en Ukraine: l'Orchestre philharmonique de Cardiff déprogramme Tchaïkovski *Le Figaro*. Date of placement 14.03.2022. Accessed 03.09.2023. URL: <https://www.lefigaro.fr/musique/guerre-en-ukraine-l-orchestre-philharmonique-de-cardiff-deprogramme-tchaikovski-20220314>.

Pour l'Ukrainien Sergei Loznitsa, le boycott systématique des artistes russes est «grotesque» (2022). *Le Figaro*. Date of placement 25.05.2022. Accessed 03.09.2023. URL: <https://www.lefigaro.fr/festival-de-cannes/pour-l-ukrainien-sergei-loznitsa-le-boycott-systematique-des-artistes-russes-est-grotesque-20220525>.

[Pro and Con: Cancel Culture \(2023\). Encyclopædia Britannica. Date of placement 25.01.2022. Accessed 03.09.2023. URL: https://www.britannica.com/story/pro-and-con-is-cancel-culture-good-for-society.](#)

Putin elogia il murales di Dostoevskij a Napoli, "dà speranza". *Ansa*. Date of placement 31.03.2022. Accessed 03.09.2023. URL: [https://www.ansa.it/campania/notizie/2022/03/31/putin-elogia-il-murales-di-dostoevskij-a-napoli-da-speranza\\_6c8e6a63-6db9-42c7-86b9-90afd3e95ede.html](https://www.ansa.it/campania/notizie/2022/03/31/putin-elogia-il-murales-di-dostoevskij-a-napoli-da-speranza_6c8e6a63-6db9-42c7-86b9-90afd3e95ede.html).

Scurati, la cancel culture è sottocultura, va rifiutata. *Ansa*. Date of placement 02.03.2022. Accessed 03.09.2023. URL: [https://www.ansa.it/sito/notizie/cultura/libri/approfondimenti/2022/03/02/ansa-focus/scurati-cancel-culture-e-sottocultura-va-rifiutata\\_3b207e87-77c4-47d9-b4af-c53ed5dc88fe.html](https://www.ansa.it/sito/notizie/cultura/libri/approfondimenti/2022/03/02/ansa-focus/scurati-cancel-culture-e-sottocultura-va-rifiutata_3b207e87-77c4-47d9-b4af-c53ed5dc88fe.html)

Troianovski A., Hernández J. C. (2022) Putin Goes Into Battle on a Second Front: Culture c. *The New York Times*. Date of placement 25.03.2022. Accessed 03.09.2023. URL: <https://www.nytimes.com/2022/03/25/world/europe/putin-cancel-culture-rowling.html>

Ucraina (2022a): Nardella, non buttiamo giù statua Dostoevskij a Firenze. *Ansa*. Date of placement 02.03.2022. Accessed 03.09.2023. URL:

[https://www.ansa.it/sito/notizie/cronaca/2022/03/02/ucraina-nardella-non-buttiamo-giu-statua-dostoevskij-a-firenze\\_563ada6c-ca06-4097-85d3-477056ce326e.html](https://www.ansa.it/sito/notizie/cronaca/2022/03/02/ucraina-nardella-non-buttiamo-giu-statua-dostoevskij-a-firenze_563ada6c-ca06-4097-85d3-477056ce326e.html).

Ucraina (2022b): Sala, Gergiev condanni o stop collaborazione con Scala. *Ansa*. Date of placement 24.02.2022. Accessed 03.09.2023. URL: [https://www.ansa.it/sito/notizie/mondo/europa/2022/02/24/ucraina-sala-gergiev-condanni-o-stop-collaborazione-con-scala\\_2fb4b4f7-443a-4a64-bea3-d07684d4bc69.html](https://www.ansa.it/sito/notizie/mondo/europa/2022/02/24/ucraina-sala-gergiev-condanni-o-stop-collaborazione-con-scala_2fb4b4f7-443a-4a64-bea3-d07684d4bc69.html)

Ucraina (2022c): teatro genovese annulla festival su Dostoevskij . *Ansa*. Date of placement 02.03.2022. Accessed 03.09.2023. URL: [https://www.ansa.it/liguria/notizie/2022/03/02/ucraina-teatro-genovese-annulla-festival-su-dostoevskij\\_f31bb328-92f7-483b-adbe-ff219f61da24.html](https://www.ansa.it/liguria/notizie/2022/03/02/ucraina-teatro-genovese-annulla-festival-su-dostoevskij_f31bb328-92f7-483b-adbe-ff219f61da24.html).

Ucraina (2022d): Università Insubria ospita Nori, 'cultura è farmaco'. *Ansa*. Date of placement 23.04.2022. Accessed 03.09.2023. URL: [https://www.ansa.it/lombardia/notizie/2022/04/22/ucraina-universita-insubria-ospita-nori-cultura-e-farmaco\\_a5c72ebb-7fe0-4e3a-ab72-d1cda1114e16.html](https://www.ansa.it/lombardia/notizie/2022/04/22/ucraina-universita-insubria-ospita-nori-cultura-e-farmaco_a5c72ebb-7fe0-4e3a-ab72-d1cda1114e16.html).

Valery Gergiev sostituito a guida dei Wiener negli Usa (2022). *Ansa*. Date of placement 24.02.2022. Accessed 03.09.2023. URL: [https://www.ansa.it/sito/notizie/mondo/2022/02/24/valery-gergiev-sostituito-a-guida-dei-wiener-negli-usa\\_186c1101-4627-4098-a96c-d1eadedc931f.html](https://www.ansa.it/sito/notizie/mondo/2022/02/24/valery-gergiev-sostituito-a-guida-dei-wiener-negli-usa_186c1101-4627-4098-a96c-d1eadedc931f.html).

What It Means to Get 'Canceled' (2023). *Merriam-Webster Dictionary. Thesaurus*. Date of modify 31.08.2023. Accessed 03.09.2023. URL: <https://www.merriam-webster.com/wordplay/cancel-culture-words-were-watching>.

**ПРИЛОЖЕНИЕ 1.**  
**Таблица кодирования**

<b>Категория</b>	<b>Код</b>	<b>Расшифровка</b>
1) Название издания	A	Ansa
	YT N	The New York Times
	F	Le Figaro
2) Период	1 T	24.02.2022 – 31.03.2022
	2 T	1.04.2022 – 7.12.2022
3) Позиция по отношению к отмене русской культуры	01 1	Поддержка, «ЗА»
	02 1	Отсутствие поддержки «ПРОТИВ»
	03 1	Нейтральная
	04 1	Двойственная позиция
4) Портрет позиций людей по отношению к отмене русской культуры	01 2	Глава города/страны
	02 2	Руководство учреждения
	03 2	Деятель культуры
	04 2	Иностранное агентство (правительство /консул другой страны и т. д.)
	05 2	Население
	06 2	Эксперт

**ПРИЛОЖЕНИЕ 2.**  
**Таблица контент-анализа**

Название издания	Период	Отношение к отмене русской культуры	Портрет позиций людей по отношению к отмене русской культуры
A1	T1	101	201/202
A2	T1	101	202
A3	T1	101	201
A4	T1	104	205/202
A5	T1	102	201
A6	T1	102	203
A7	T1	104	202/203/205
A8	T1	101	204
A9	T1	104	202
A10	T1	102	205
A11	T2	104	202/204
A12	T2	104	203/204
A13	T2	102	203
A14	T2	102	202
A15	T2	102	202
A16	T2	102	202
A17	T2	104	202/204
A18	T2	102	201
NYT 1	T1	101	202
NYT 2	T1	101	202
NYT 3	T1	101	202
NYT 4	T1	104	202
NYT 5	T1	101	202

NYT 6	T1	104	201/202
NYT 7	T2	104	202
F1	T1	101	202
F2	T1	101	203/204
F3	T1	101	202
F4	T1	104	202
F5	T1	101	204
F6	T1	102	203
F7	T2	102	203/204
F8	T2	102	202

### **Сведения об авторах**

*Салиева Людмила Казимовна* – кандидат филологических наук, доцент кафедры международной коммуникации факультета мировой политики МГУ им. М.В. Ломоносова, ответственная за развитие программ дополнительного образования кафедры международной коммуникации; [liudmila.salieva@gmail.com](mailto:liudmila.salieva@gmail.com).

*Арутюнова-Ястребкова Эльза Владимировна* – кандидат филологических наук, доцент кафедры международной коммуникации факультета мировой политики МГУ им. М.В. Ломоносова, заместитель декана по развитию международных связей и работе с иностранными студентами; [sogu2010@gmail.com](mailto:sogu2010@gmail.com).

*Цеппи Алесия* – магистр международных отношений, МГУ им. М.В. Ломоносова; [seppialessia@gmail.com](mailto:seppialessia@gmail.com).

*Salieva Lyudmila K.* – PhD in Philology, Associate Professor of Department of International Communication of School of World Politics of Lomonosov Moscow State University, responsible for the development of additional education

programs at the Department of International Communication;  
liudmila.salieva@gmail.comю

*Arutyunova-Yastrebkova E. Vladimirovna* – PhD in Philology, Associate Professor of Department of International Communication of School of World Politics of Lomonosov Moscow State University, Vice Dean for International Cooperation; sogu2010@gmail.com.

*Cepi Alessia* – Master of International Relations, Lomonosov Moscow State University; ceppialessia@gmail.com.



**ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА  
КОММУНИКАЦИИ**

Карапетян В.В., Давтян А.С.

Ереван, Армения

Трохинова О.И.

Москва, Россия

**РОЛЬ ДОМА МОСКВЫ В ЕРЕВАНЕ В ТРАНСФОРМАЦИИ  
РОССИЙСКОЙ СТРАТЕГИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ НА  
ПОСТСОВЕТСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ**

*Аннотация.* В статье анализируется деятельность Московского культурно-делового центра «Дом Москвы» в Ереване и его особенности в контексте трансформации и приоритетных направлений деятельности России в сфере международных коммуникаций. Описаны ключевые подходы к организации взаимодействия на постсоветском пространстве, а также инструменты и технологии Дома Москвы в Ереване. На основе изучения практики коммуникации и документов, декларирующих задачи внешней политики России, делается вывод о возможной трансформации стратегической коммуникации РФ на постсоветском пространстве.

*Ключевые слова:* «мягкая сила», международные стратегические коммуникации, постсоветское пространство, Дом Москвы в Ереване

V.V. Karapetyan, Ani S. Davtyan

Yerevan, Armenia

Olga I. Trokhinova

Moscow, Russia

# **THE ROLE OF MOSCOW CULTURAL BUSINESS CENTRE “DOM MOSKVY” IN YEREVAN IN RUSSIAN STRATEGIC COMMUNICATION TRANSFORMATION IN POST-SOVIET REPUBLICS**

*Abstract.* The article dwells on the activities of the Moscow Cultural Business Centre “Dom Moskvyy” in Yerevan and its features in the context of transformation and priority areas of Russia’s efforts in the field of international communications. The paper considers key approaches to structuring interaction in post-Soviet republics, as well as the tools and technologies of the Dom Moskvyy in Yerevan. Based on the study of communication practice and documents declaring the objectives of Russian foreign policy, a conclusion is made about the possible transformation of strategic communication of the Russian Federation in post-Soviet republics.

*Keywords:* "soft power", international strategic communications, post-Soviet area, Dom Moskvyy in Yerevan

## **Постановка проблемы**

Постсоветское пространство – суверенные государства, возникшие в результате распада СССР: Россия, Армения, Азербайджан, Беларусь, Грузия, Казахстан, Киргизия, Латвия, Литва, Молдова, Таджикистан, Туркмения, Узбекистан, Украина, Эстония – более 30 лет остается в фокусе различных научных исследований в сфере международных отношений, политологии, социологии, культурологии, экономики и др. В последние годы особое внимание сосредоточено и на коммуникационных процессах, которые отражают дипломатическую практику и декларируемые государствами бывшего Советского Союза задачи и интересы как в отношении друг друга, так и в отношении других стран.

Учитывая исторический контекст, инфраструктурное развитие бывшего СССР, между странами постсоветского пространства сохраняются экономические, торговые, социальные, культурные, научные связи. Однако

появление новых государств сопровождалось и даже во многом определялось необходимостью решения целого комплекса политических и социально-экономических задач, которое происходило первоначально за счёт сотрудничества с другими, зачастую более сильными, государствами. В результате ранее единое пространство оказалось разделённым не только новыми государственными границами, но и новыми представлениями, ставшими результатом интеграционных и коммуникационных проектов различных акторов: появились блоки стран, граница между которыми, по мнению ряда исследователей, была проведена на основе представления о потенциальных союзниках и противниках [Потоцкая, 2015: 173]. Подобные процессы приводят, в том числе и к различным представлениям о том, что следует считать постсоветским пространством. Так, на сегодняшний день, согласно одному из наиболее распространённых подходов отечественной школы международных отношений, термин «постсоветский» определяет географическое пространство государств, входивших в состав бывшего Советского Союза, за исключением Латвии, Литвы и Эстонии [Торкунов, Малыгин, 2012].

Тем не менее, усилившиеся процессы формирования национальной самоидентичности, увеличения темпов экономического развития, политического влияния, переход к многополярности в сфере международных отношений актуализировали для многих стран постсоветского пространства необходимость сохранения, а иногда и восстановления утраченных после распада СССР, связей. Помимо этого, в условиях потенциальных санкционных войн, информационного противоборства, тлеющих и обостряющихся территориальных и военных конфликтов, для акторов постсоветского пространства особенно чувствительными и в высшей мере политизированными становятся вопросы языка, сохранения исторической памяти, национальной культуры, межнациональных диалогов, разрешения накопившихся внутри- и внешнеполитических противоречий и т.д. Помимо внешних вызовов, суверенные государства постсоветского пространства

сталкиваются с необходимостью обеспечения должного уровня поддержки населением власти для воспроизводства политической системы. Это особенно важно для постоянного развития государства и, как следствие, усиления его роли на международной арене. При этом, учитывая общую историческую базу – период существования Советского Союза – описываемые государства сталкивались со схожими проблемами в различных сферах общественной жизни. Это подтолкнуло к поиску форм и способов совместного решения таких проблем, что продиктовано в конечном счете стремлением обеспечить достойную жизнь и будущее для своих граждан [*Шумский, 2000*].

### **История вопроса**

Российская Федерация, как правопреемник Советского Союза, зачастую играла одну из ключевых ролей в различных интеграционных процессах. В практике внешнеполитических коммуникаций для поддержки ведущей роли России на постсоветском пространстве, русского языка и привлечения соотечественников был разработан целый пул различных инструментов «мягкой силы», публичной дипломатии, международных связей с общественностью. С течением времени ведущие роли в реализации интеграционных проектов стали играть и другие государства, например, нельзя не отметить роль Казахстана в развитии ЕАЭС. Страны СНГ, сохранившие добрососедские отношения и прагматический подход к решению общих задач, играют роль региональных партнеров. До сегодняшнего дня сохраняется необходимость политических, экономических, инфраструктурных, культурных, исторических связей на постсоветском пространстве. Россия, как ключевой игрок мировой политики, заинтересована в этом, что объясняется не только экономическими и политическими интересами, но и важностью обеспечения безопасности в регионе.

В данной работе выделим два условных, но не исчерпывающих направления, в рамках которых современные исследователи рассматривают

вопросы сохранения и усиления связей России с бывшими советскими республиками, — интеграционное и коммуникационное.

В рамках первого направления ключевыми инструментами выступают интеграционные проекты и межправительственные объединения — Евразийский экономический союз, Таможенный союз, Организация Договора о коллективной безопасности, — которые рассматриваются как проекты, имеющие особую значимость для сохранения и продвижения интересов России на постсоветском пространстве [Чуфрин, 2019; Пивовар, Гуцин, 2013]. В целом, одной из движущих сил ведения эффективной внешней политики является взаимодействие с международными акторами в лице государств, организаций, а также интеграционных объединений. Заключая многосторонние соглашения о сотрудничестве, страна развивает свой потенциал в области решения проблем как на национальном, так и на мировом уровне.

Внимание другой части исследователей сосредоточено на инструментах «мягкой силы», публичной дипломатии, международных связей с общественностью, работа с которыми в долгосрочной перспективе способствует реализации национальных интересов страны через повышение ее привлекательности в глазах зарубежных аудиторий и международных акторов [Ефанова, 2018; Кулешова, 2011].

Считается, что язык и культура страны — это «мягкая сила», которая играет ключевую роль в международных отношениях [Кулешова, 2011], влияя напрямую или косвенно на мировую политику и межгосударственные связи. То есть культурное влияние нации является одним из важнейших факторов «мягкой силы». При этом инструментальный подход не является исчерпывающим при анализе эффективности принятых коммуникационных мер [Борисов, 2022].

Несмотря на разницу в подходах к изучению продвижения и защиты национальных интересов России, исследователи сходятся в одном: принятые меры не гарантируют обеспечения поставленных целей в полной мере. Это

иллюстрируют и антироссийские настроения в странах Прибалтики, а затем в Грузии, Молдове, Украине, которые сделали «выбор в пользу ориентации своего политического, экономического и военно-политического развития на такие зарубежные центры силы и влияния, как США, ЕС и НАТО, сворачивая при этом масштабы и интенсивность отношений с РФ, сводя их к минимуму в одних областях и доводя до полного разрыва в других» [Чуфрин, 2019: 10]. Апофеозом кризисных процессов стала ситуация, развернувшаяся на Украине. В условиях нарастающей конфронтации с Западом критически важным становится не допустить усиления влияния НАТО и вступления в блок новых стран из числа бывшего СССР.

Тем не менее потенциал развития и укрепления связей для России сохраняется, и в этом процессе ключевую роль может сыграть взаимовыгодное сотрудничество, то есть учет интересов всех сторон взаимодействия с помощью оптимизации и частичного пересмотра подходов к реализации существующих коммуникационных процессов.

Усиление роли информационно-коммуникационных технологий постепенно привело к изменению критериев «привлекательности» государства для сотрудничества с другими международными субъектами. Теперь имидж страны формируют не только элементы военного и экономического потенциала, но и способность использовать инструменты гуманитарного, культурного воздействия, чтобы добиться необходимого результата во внешнеполитических делах [Кошкар-оол, 2019].

Такая трансформация критерия «престижного» во взаимодействии государств привела к появлению концепции мягкой силы в международных отношениях. Впервые понятие «мягкая сила» было введено в оборот американским политологом Джозефом Наем в 1990-х годах [Nye, 2003]. Данный термин подразумевал под собой способность влиять на других и получать желаемый результат путем сотрудничества и создания положительного восприятия, а не путем принуждения [Най, 2006]. Джозеф Най не раз обращался к феномену «силы» в своих работах, указывая на факт

существования и другой концепции – «жесткой силы». Она включает в себя силовое и экономическое принуждение в целях достижения интересов [Кошкар-оол, 2019]. Однако со временем этот концепт, в отличие от «мягкой силы», потерял свою привлекательность, в связи с краткосрочным эффектом в результате его имплементации в международных отношениях.

На сегодняшний день при формировании стратегии национальной безопасности актуальным становится обеспечение также культурной безопасности, которая достигается в результате использования «мягкой силы» [Цертицкая, Маркушина, Ковалевская, 2015]. Поэтому государства, выбирая свою внешнеполитическую линию, больше склонны выстраивать долгосрочные партнерские отношения, во избежание более жестких форм противостояния. Данный механизм осуществляется при помощи инструментов «мягкой силы», которые включают в себя международное сотрудничество, дипломатию и всеобъемлющую коммуникацию в виде деловых и культурных связей.

Другим инструментом «мягкой силы» является дипломатия, а именно гуманитарная и публичная. Обращаясь к самому концепту дипломатии, необходимо упомянуть, что он многогранен и содержит различные способы воздействия на общественное мнение граждан других стран, создавая для этого благоприятные условия. В современном мире дипломатия приобрела разные формы, но эффективными в контексте «мягкой силы» остаются гуманитарная и публичная [Табаринцева-Романова, 2019]. Гуманитарная дипломатия в рамках «мягкой силы» призвана осуществлять деятельность, направленную как на защиту людей во время гуманитарных катастроф, так и на укрепление межгосударственных связей при помощи взаимодействия в области культуры, науки, образования и других сферах. В свою очередь, публичная дипломатия, которая предполагает воздействие на общественность при помощи различных каналов, официальных и неофициальных, направлена на формирование имиджа государства в глазах общественности зарубежных странах [Громогласова, 2018].



Однако использование этой концепции «мягкой силы» может встречать вызовы на своем пути. Во-первых, для осуществления этой политики требуются большие финансовые затраты, в связи с её долгосрочной перспективой. Во-вторых, страна, разрабатывая стратегию «мягкой силы» в рамках своей внешней политики, не может применять её инструменты универсально по отношению ко всем своим партнерам. Немалую роль играют характеристики целевых стран, на которых будут направлены усилия публичной дипломатии. В-третьих, результаты использования «мягкой силы» трудно измерить. Необходимы годы, чтобы увидеть качественный результат. Примером могут послужить стипендиаты образовательных программ, которые спустя несколько лет возвращаются в свои родные страны, чтобы реинвестировать знания и развить свой опыт, что способствует глобальному взаимопониманию между странами [Seymour, 2017].

Несмотря на отложенный во времени результат, гуманитарный трек в международных отношениях активизируется во второй половине XX века и остается актуальным по сей день. Однако в научном сообществе существуют различные взгляды на взаимосвязь ключевых концепций коммуникационного воздействия и взаимодействия в сфере международных отношений. Так Эйтан Гильбоа утверждает, что «мягкая сила» является одной из составляющих публичной дипломатии. Последняя эффективно использует «soft power», если достигает следующих целей: привлечение к своей деятельности неправительственных организаций наряду с государственными; использование новых медиатехнологий для создания и укрепления позитивного имиджа страны; продвижение краткосрочных и долгосрочных целей в условиях постоянной адаптации к изменяющейся среде [Gilboa, 2018]. Таким образом, несмотря на разницу в подходах, публичная дипломатия по сути предполагает использование мирных методов влияния на общественное мнение и отдельных лиц (журналистов, граждан, лиц, принимающих решения и т.д.), разрабатываемых правительством в контакте с неправительственными организациями.

Однако, учитывая необходимость реализации странами постсоветского пространства своих национальных интересов в сфере экономики, политики, безопасности, уместно ли говорить исключительно о влиянии, то есть об односторонних моделях коммуникации? Анализируя процессы в сфере международных отношений, безусловно мы касаемся категории власти, но рассуждая о коммуникационных процессах в этой сфере нельзя говорить исключительно о субъект-объектном взаимодействии. Важно учитывать интересы всех участников, рассматривать коммуникацию как субъект-субъектное взаимодействие, а не исключительно однонаправленное воздействие для реализации своих целей на международной арене. Кроме того, необходима согласованность и синхронизация всех коммуникационных действий и управление сообщениями.

Связи с общественностью становятся основным институтом, целью которого является управление коммуникационными процессами [Голуб, 2012: 142]. Это заранее спланированные и продолжительные усилия, направленные на создание и поддержание доброжелательных отношений и взаимопонимания между социальным субъектом и ее общественностью. В контексте международных отношений таким субъектом может выступать государство. Связи с общественностью подразумевают не только информирование и влияние на целевые аудитории — зарубежную общественность, элиты, СМИ, — но и фиксацию обратной связи, реакции, постоянное управление контентом, воспроизводство коммуникационных циклов. Проекты в сфере связей с общественностью нацелены на выстраивание долгосрочных гармоничных отношений с целевыми аудиториями, но при этом они, как правило, ограничены во времени, что характерно для любой проектной деятельности. Однако сама по себе коммуникация является непрерывным и всеобъемлющим процессом. Все коммуникационные действия базисного субъекта подчинены его стратегическим целям, обеспечивающих его развитие и существование в целом. Международные коммуникации любого государства сегодня

представляют собой сложную систему самых различных технологических субъектов, в арсенале которых огромное множество инструментов, каналов и технологий. Это, с одной стороны, открывает перед базисным субъектом — государством — новые возможности достижения поставленных целей и задач, а с другой — значительно усложняет процессы генерации сообщений, их передачи, учета обратной связи. Поэтому встает необходимость в синхронизации, подчинении всех каналов коммуникации, выстраивание четкой иерархичной структуры коммуникации — «проецировании государством в сознание национальных и зарубежных целевых аудиторий определенных стратегических ценностей, интересов и целей путем адекватной синхронизации разносторонней деятельности во всех областях общественной жизни с ее профессиональным коммуникационным сопровождением» [Пашенцев, 2013].

По мнению Е.Н. Пашенцева, стратегическая коммуникация может быть осуществлена в трех формах, дополняющих друг друга — связи с общественностью, публичная дипломатия и информационные операции. Как было описано выше, публичная дипломатия, по мнению части исследователей, включает в себя или тесно связана с «мягкой силой» государства.

С учетом масштабности коммуникационных процессов на постсоветском пространстве в силу его геополитического и культурного разнообразия, важным становится последовательная дифференциация целевых аудиторий, каналов коммуникации, ключевых сообщений, включение в коммуникацию представителей элит и лидеров общественного мнения. Иными словами, оказывается недостаточным разработать универсальный инструментарий в сфере публичной дипломатии, связей с общественностью и работать «по одним лекалам»: в этом случае не учитываются реальные интересы всех игроков, а значит невозможно выстраивать коммуникацию на принципах взаимовыгодного сотрудничества. Так, ряд экспертов отмечает, что государственные системы, уровни развития

экономики и общества, локальные проблемы слишком разные, чтобы перечислять эти страны в рамках одной группы под названием «постсоветское пространство» [Ковальчук, 2014: 24].

Также встает вопрос о том, кто должен выступать технологическими субъектами — инициировать и организовывать это взаимодействие, продвигая национальные интересы. Для России реализация интересов на постсоветском пространстве прямо связаны с её позициями на международной арене [Ковальчук, 2014]. То есть речь идет не только об установлении взаимовыгодного сотрудничества, что подразумевают, например международные связи с общественностью, но и о продвижении своих интересов, а значит — в контексте международных коммуникаций — и о формировании привлекательного образа государства, что обеспечивает большее количество лояльных к нему зарубежных аудиторий. Таким образом, через установление взаимовыгодных отношений государство, как социальный субъект, может перейти к улучшению имиджа и образа страны. Это может быть достигнуто через выстраивание масштабной системы стратегических коммуникаций. В настоящее время стратегическая коммуникация на международной арене означает создание, преобразование и поддержание репутации государства, а также корректировку бренда страны. Она становится эффективным механизмом управления международной репутацией государства [Минаева, 2021: 54].

В попытках найти ответы на ключевые вопросы о том, кто, как и на основе чего должен выстраивать коммуникационные процессы, формировать ключевые сообщения для продвижения интересов России на постсоветском пространстве, интерес представляет опыт не только национальных институтов, осуществляющих коммуникацию на международном, глобальном уровне, таких как например «Русские дома» Россотрудничества, но и сосредоточить внимание на отдельных региональных инициативах, встроенных в систему международных стратегических коммуникаций России, одной из которых является Дом Москвы в Ереване.

## **Описание методики**

В рамках данного исследования авторы анализируют деятельность Московского культурно-делового центра (МКДЦ) «Дом Москвы» в Ереване, изучают инструменты и технологии его работы с целевыми аудиториями в Республике Армения. Проанализированы ключевые мероприятия МКДЦ, его структура, партнерская сеть, методы взаимодействия с населением, представителями культурных и политических элит Армении и России. Сбор первичной информации и сопоставление их с эволюцией коммуникационных целей, обозначенных в Концепции внешней политики Российской Федерации в редакции 2016 г. и 2023 г., позволяет определить вектор развития инструментов «мягкой силы», а также концептуальные основы и пути развития стратегической коммуникации России на постсоветском пространстве.

## **Результаты исследования**

Московский культурно-деловой центр (МКДЦ) «Дом Москвы» в Ереване представляет особый исследовательский интерес, так как является площадкой международной коммуникации и одновременно инструментом реализации «мягкой силы» России, инициированной при этом не федеральным, а региональным субъектом – Правительством Москвы. Согласно Концепции создания организаций «Дом Москвы» за рубежом [Распоряжение Мэра Москвы... 2003], деятельность МКДЦ координируется Департаментом внешнеэкономических и международных связей Москвы, общее руководство деятельностью возложено на заместителя Мэра Москвы в Правительстве Москвы, координирующего международное сотрудничество. Дома Москвы в разное время были открыты в Ереване, Минске, Софии, Сухуме, Риге и других городах ближнего зарубежья.

Дома Москвы создаются с целью обеспечения эффективного сотрудничества органов исполнительной власти города, организаций и предприятий Москвы с зарубежными партнерами в экономической, научно-технической, культурной и гуманитарной областях. При этом основным

критерием целесообразности открытия Домов Москвы является взаимная заинтересованность сторон в развитии и расширении деловых партнерских отношений. МКДЦ осуществляет многопрофильную деятельность. За Домами Москвы закреплено право прямого обращения в органы исполнительной власти города. Таким образом, можно отметить определенную автономность организации.

Московский культурно-деловой центр «Дом Москвы» в Ереване основан в 2007 году, расположен на площади России, напротив здания мэрии города Еревана, и является центром содействия культурному и деловому сотрудничеству между столицами РФ и РА. Согласно уставным документам, деятельность центра направлена на обеспечение эффективного диалога органов исполнительной власти, организаций и предприятий города Москвы с армянскими партнерами в экономической, научно-технической, культурной и гуманитарной областях.

Дом Москвы в Ереване активно сотрудничает с Министерствами, ведомствами и регионами Армении, что отражается на масштабах его деятельности, которая будет описана ниже. Отдельно отметим, что МКДЦ предлагает полный спектр услуг для организации и проведения деловых встреч и мероприятий разного формата. В Доме Москвы в Ереване открыт многофункциональный конгресс-зал «Кремль» вместимостью 220 человек, конференц-зал «Старая площадь» вместимостью до 60 человек, выставочный зал «Парк Музеон». В течение всего года в МКДЦ проходят десятки различных мероприятий: конгрессов, конференций, концертов, кинопоказов, круглых столов, пресс-конференций, выставок, семинаров и т.п. Особое место занимает библиотека, которая насчитывает более 15000 художественной литературы на русском языке.

Важной составляющей работы Дома Москвы в Ереване является ее культурно-образовательная компонента, которая представляет собой несколько проектных направлений.

Наиболее важной с точки зрения обеспечения возможности диалога будущих поколений жителей России и Армении является сохранение культурных, образовательных, научных и экономических связей. С этой целью Домом Москвы в Ереване организованы – бесплатные курсы русского языка для детей в возрасте от 7 до 14 лет. Проект стартовал 1 октября 2019 года и направлен на популяризацию русской культуры, языка и речи среди подрастающего поколения Армении. Обучение проходит по уровням: элементарный и базовый. Для поддержания высокоэффективного образования Дом Москвы в Ереване совместно с ФГБОУ ВО «Государственный институт русского языка им. А. С. Пушкина», Российским государственным педагогическим университетом им. А. И. Герцена и профильными вузами Республики Армения издал методические материалы – поурочные разработки обучения курса русского языка. В 2023 году с целью улучшения качества обучения детей-инофонов бесплатных курсов русского языка Домом Москвы в Ереване был разработан новый учебно-методический курс «Сказки», как промежуточная составляющая между двумя имеющимися уровнями.

В период запуска проекта, с октября 2019 г. по февраль 2020 г., Домом Москвы в Ереване были организованы бесплатные курсы русского языка в четырех городах Армении. В 2021 году – в 26 городах, в 2022 году – в 41 городе, а по состоянию на конец июля 2023 года курсы прошли уже в 49 городах. География проекта продолжает расширяться: с сентября 2023 года курсы стартовали в 51 городе и населенном пункте Армении. Каждые два месяца обучение проходят около 750 детей. Курсы русского языка проводятся на разных площадках, которые выделяют инициаторам проекта городские или региональные власти, – школы, библиотеки, дома культуры, помещения залов заседаний местных администраций.

Помимо предоставления учебно-методических и дидактических пособий учителям образовательных курсов, Дом Москвы в Ереване также уделяет внимание профессиональной деятельности педагогов. В этой связи, с

целью усовершенствования профессиональных компетенций, начиная с 2021 года, ежегодно с частотой два раза в год Дом Москвы в Ереване совместно с профильными вузами России и Армении организует курсы повышения квалификации для учителей-русистов, работающих в образовательных проектах МКДЦ «Дом Москвы» в Ереване.

В рамках поддержания стратегических задач внешнеполитической линии Российской Федерации, учитывая, в особенности, задекларированные цели раздела IV п. 43 и п. 44 Концепции внешней политики РФ от 31.03.2023 г. и раздела IV п. 53, п. 55 Концепции внешней политики РФ от 30.11.2016 г., Дом Москвы в Ереване с 2020 года запустил проект создания «Русских центров». Русский центр – это новая, современно оснащенная площадка, предоставляющая широкий доступ к культурно-историческому и литературному наследию России в самых разных форматах. Важно отметить, что общим консенсусом Совета старейшин местной власти выдается документ, подтверждающий право передачи помещения под Русский центр Дому Москвы в Ереване на безвозмездной основе сроком на 5-10 лет с дальнейшей возможностью пролонгирования срока, в случае отсутствия разногласий у одной из сторон. Далее Дом Москвы в Ереване ведет реконструкцию данных помещений, предоставляемых местными властями, многие из которых до появления в них Русского центра находились в плачевном состоянии. Процесс модернизации помещений подразумевает комплексное обновление их инфраструктуры в соответствии с общим стилем и дизайном, разработанным МКДЦ, создавая унифицированную и гармоничную атмосферу внутри центров, с целью обеспечения эффективного функционирования образовательного процесса.

Так, за 2020-2023 гг. по инициативе МКДЦ было открыто одиннадцать Русских центров по всей Республике Армения: в Ереване, Ванадзоре, Армавире, н.п. Малишка Вайоцдзорского марза, Иджеване, н.п. Вардадзор Гегаркуникского марза, Каджаране, Раздане, Цахкадзоре, Мегри и Капане. На сегодняшний день центры открыты в восьми из одиннадцати регионах



страны. В дальнейшем планируется открытие новых Русских центров и в других регионах Армении.

Следующее направление – это бесплатные курсы истории России для детей 10-16 лет, которые дополняют курсы русского языка. Программа стартовала 1 октября 2021 года. Она проводится в Русских центрах Еревана, Ванадзора и Армавира, открытых Домом Москвы в Ереване, а также в г. Степанаване. Проект направлен как на повышение уровня владения русским языком у детей, так и на получение знаний по истории России. Программа обучения обширная: от Древней Руси, первых русских князей до современной истории. Курсы по истории, которые прослушали уже 250 учеников, стали дополнением к уже отлаженному за последние несколько лет процессу изучения русского языка в рамках деятельности МКДЦ «Дом Москвы» в Ереване.

Новым вектором деятельности МКДЦ в области образования стали бесплатные курсы дополнительного образования для детей 7-16 лет, открытые в 2022 году и направленные на приобщение к русскому языку и культуре. Они включают в себя следующие программы: «Азы робототехники», «Умная теплица», «Метеостанция», «Финансовый сундук», «Кукольный театр и театр теней», «Мультстудия» и «3D-моделирование». Образовательные программы проводятся в Русских центрах Ванадзора, Дилижана, Еревана, Иджевана, Раздана, Мегри и Капана. Курсы позволяют детям приобрести навыки в области инженерии и программирования, ставить ботанические опыты, обучаться театральному мастерству, а также развивать финансовое мышление.

С октября 2019 г. по ноябрь 2023 г. все вышеупомянутые образовательные курсы МКДЦ прошли около 11 000 детей.

Следует отметить, что Дом Москвы в Ереване также занимается переподготовкой учителей и преподавателей-русистов школ и вузов РА. За 2022 год более 125 преподавателей и учителей прошли курс повышения квалификации.

В 2023 году Дом Москвы в Ереване вышел на качественно новый этап реализации курсов повышения квалификации педагогов русского языка и литературы. Здесь же стоит отметить, что согласно законодательству РА в целях определения полномочий учителя на занимаемую должность государство проводит очередную обязательную переподготовку каждого учителя раз в 5 лет. Критерии и программа переподготовки утверждены Приказом Министра образования, науки, культуры и спорта (МОНКС) РА. На реализацию проекта переподготовки отведено 110 часов, а программа состоит из 8 разделов, по итогам которых слушателям засчитываются 11 кредитов (зачетных единиц). Принимая во внимание особенности армянского законодательства, МКДЦ разработал программу курсов повышения квалификации (КПК), которую утвердило МОНКС РА. Программа построена по принципу модульной модели обучения с учетом потребностей образовательной системы Армении на современном этапе и состоит из двух разделов: «Методика преподавания предмета» (2 кредита) и «Принципы проведения исследовательской работы» (3 кредита). Так, Дом Москвы в Ереване совместно с Фондом «Национальный центр развития образования и инноваций» и при поддержке МОНКС РА запустили бесплатные курсы повышения квалификации (КПК) для учителей-русистов всех школ Республики Армения. Впервые программа реализована в Ереване в августе 2023 года для более 80 учителей-русистов столицы. В дальнейшем планируется проведение данной программы КПК в других регионах Армении. По итогам прохождения КПК учителям выдается сертификат, свидетельствующий о получении 5 кредитов (зачетных единиц) из 11 необходимых, которые в дальнейшем учитываются МОНКС РА.

Не менее важным инструментом для сохранения и укрепления российско-армянских отношений является культурно-просветительское сотрудничество. По инициативе Дома Москвы в Ереване на территории всей Армении проходят более сотни мероприятий в год. Среди значимых культурных мероприятий МКДЦ следует выделить следующие.

Конкурс «Армянская Романсиада» нацелен на популяризацию русского романса как одного из видов музыкального искусства. Он стартовал в 2020 году и проводится МКДЦ «Дом Москвы» в Ереване совместно с руководством и оргкомитетом Международного конкурса молодых исполнителей русского романса «Романсиада», Ереванской государственной консерваторией им. Комитаса, а также Музыкальным обществом Армении. Конкурс вызвал большой интерес как среди исполнителей, так и среди общественности. Победители «Армянской Романсиады» участвуют в заключительном туре Международного конкурса молодых исполнителей русского романса «Романсиада» в г. Москве. Данный проект способствует культурному обмену между Россией и Арменией.

Следующий проект – «Читаем русскую поэзию об Армении», который позволяет участникам погрузиться в армянскую культуру, исследовать и понять армянскую историю, традиции и национальную идентичность через поэтическое творчество российских поэтов.

Еще один важный проект – Стипендия Мэра Москвы – реализуется с 2007 года. Стипендию Мэра Москвы получают студенты, которые обучаются в армянских вузах на филологическом факультете направления подготовки «Русский язык и литература», показывают отличную успеваемость и активно участвуют в общественной жизни вуза. Ежегодно стипендию получают 15 стипендиатов. Каждый вуз представляет своих кандидатов, которых окончательно утверждает Попечительский совет.

Все проекты и программы Московского культурно-делового центра «Дом Москвы» в Ереване осуществляются при поддержке Посольства России в Армении, Министерства науки, образования, культуры и спорта Республики Армения, а также при активном содействии региональных и городских властей Республики Армения. Партнёрская сеть Дома Москвы в Ереване обширна. В нее входят государственные структуры РА, включая организации соотечественников, объединения ветеранов, Национальная академия наук РА, филиалы российских вузов и армянские высшие учебные

заведения, творческие союзы художников, писателей, композиторов, многочисленные учреждения культуры, науки и спорта и ряд других общественных, государственных и коммерческих организаций.

Одним из важных событий культурной жизни Дома Москвы в Ереване является проведение Дня города Москвы. Как отметил Ваграм Карапетян, генеральный директор МКДЦ, сегодня Россия и Армения являются стратегическими партнерами. «Стоит обратить внимание, что совсем недавно, в 2022 году, мы отмечали 30-летие со дня установления дипломатических отношений двух стран в новейшей истории. Эта дата вновь ознаменовала значимость тех исторических связей, которые были созданы в течение многих десятилетий. В этом контексте коммуникации между столицами, которые являются городами-партнерами с 1995 года, играют ключевую роль в поддержании и укреплении сотрудничества между Россией и Арменией. А проведение Дня города Москвы в Армении служит символическим актом дружбы двух стран и подчёркивает важность российско-армянских отношений» – констатировал он<sup>1</sup>. Отметим, что с 2019 года День города Москвы в Ереване получил новый размах. Так, в августе-сентябре 2023 прошло около 30 праздничных мероприятий в том числе состоялось выступление и мастер-класс Аделии Петросян, российской фигуристки, победительницы гран-при России 2023. В 2022 году в рамках Дня города Москвы состоялся приезд Яны Егорян – российской фехтовальщицы, двукратной чемпионки России, двукратной чемпионки мира, шестикратной чемпионки Европы, двукратной чемпионки Олимпийских игр. МКДЦ устраивает комплекс мероприятий от спортивных до культурно-просветительских и научных. Данный проект имеет несколько аспектов. Во-первых, это укрепление культурных связей: армянской публике предоставляется возможность познакомиться с российской культурой и традициями. Это способствует углублению взаимопонимания и уважения

---

<sup>1</sup> Из выступления В. В. Карапетяна 02.09.2022, Ереван/Пресс-конференция ко Дню города Москвы. URL: <https://www.facebook.com/dom.moskvy.yerevan/posts/pfbid0KRCMXV4cTuHMyoT7MoTsmP1u6RtibbEN24gxHz51nCYNMQzjwnk97iB9cW42Nvhgl> (Facebook корпорации Meta и запрещен на территории РФ)

между народами, а также укрепляет связи в области искусства, музыки, танца и других форм культурного выражения. Во-вторых, проект способствует продвижению туризма и экономического сотрудничества: проведение Дня города Москвы в Ереване стимулирует развитие туризма и экономическое сотрудничество между двумя столицами. Мероприятия, посвященные Москве, привлекают внимание армянских туристов, которые заинтересованы посетить Москву в будущем. Также это может стимулировать развитие бизнес-связей и инвестиций между двумя городами.

Каждый год МКДЦ проводит мероприятия, приуроченные ко Дню Победы. Не стал исключением и 2020 год, оставшийся в истории годом начала пандемии. В мае Домом Москвы в Ереване был организован круглый стол «Переломные даты Великой Отечественной войны», тематическая фотовыставка «В штабах победы... 1941-1945», праздничные концерты, участие в Эстафете Победы по всем пограничным отрядам Армении; в онлайн-формате прошел конкурс детского рисунка «Хрупкая планета», проект юных чтецов «О войне стихами говорят», викторина «Нам дороги эти позабыть нельзя: помним, гордимся и чтим...». Каждый год в преддверии Дня Победы здание Дома Москвы в Ереване украшает Знамя Победы, работники и волонтеры встречаются с ветеранами, детьми блокадного Ленинграда, проживающими в Армении и т.д. В 2022 году, спустя 80 лет, в Армении в честь 77-й годовщины Победы в Великой Отечественной войне, по инициативе Дома Москвы в Ереване в концертном зале им. Арама Хачатуряна состоялся концерт Национального филармонического оркестра Армении, где вновь прозвучала Седьмая («Ленинградская») симфония Шостаковича, ставшая одним из символов борьбы против фашизма. Все это позволяет сохранить неизменной историческую память о событиях Великой Отечественной войны для последующих поколений.

Стоит также отметить, что Дом Москвы в Ереване ежегодно передает школам с русским сектором обучения, городским и региональным библиотекам Армении, литературу и учебники на русском языке, проводит

мероприятия ко Дню защитника Отечества, Дню России, Дню славянской письменности, совместно с Русским географическим обществом организует «Географический диктант» и многое другое. В Ереване по инициативе Дома Москвы проходят и другие мероприятия, приуроченные к юбилейным и историческим датам. Так, в 2023 году при поддержке органов государственной власти РА состоялось празднование 150-летия со дня рождения великого композитора Сергея Рахманинова, вызвавшее большой интерес общественности. Также в 2023 году Дом Москвы в Ереване в течение всего года проводил в регионах РА концертные мероприятия, приуроченные к юбилейной дате – 120-летие великого армянского советского композитора и дирижёра Арама Хачатуряна, который жил и творил в Москве.

Деятельность Дома Москвы в Ереване освещается на собственных страницах МКДЦ в социальных сетях, а также получает огласку в средствах массовой информации, в том числе на таких площадках как Арменпресс (государственное ИА), Sputnik Армения, телеканал «Мир». Однако в свете государственной значимости проводимой деятельности этого недостаточно, важно уделять особое внимание ее публичной презентации, чтобы обеспечить более широкое понимание и поддержку инициативы Дома Москвы в Ереване в вопросе содействия продвижению русского языка и культуры на территории Армении. Telegram-канал организации по состоянию на сентябрь 2023 года объединяет 10000 подписчиков. В нем ежедневно публикуются новости о текущих событиях МКДЦ, а также познавательный контент о культурных и исторических связях Армении и России: видных деятелях культуры, знаковых местах Москвы и Еревана, связанных с дружбой и соседством народов двух стран.

Как было упомянуто выше, Дом Москвы в Ереване располагает многофункциональными площадками, которые высоко востребованы среди государственных структур и организаций РФ и РА. Так, в период с 2020 по 2022 гг. площадка Дома Москвы в Ереване служила платформой для

проведения мероприятий Российского экспортного центра для организации встреч российских и армянских предпринимателей. Проводятся конференции, симпозиумы, семинары, консультации по проблемам международного гуманитарного, культурного и делового сотрудничества совместно с Аппаратом Президента и Правительства РА, мэрией Еревана и региональными властями, Министерством образования, науки, культуры и спорта РА, Министерством социального обеспечения РА, учреждениями культуры РА и структурами федеральных и региональных властей РФ, и профильными министерствами РФ.

### **Выводы и направления дальнейшего исследования**

В данной статье обозначены наиболее масштабные проекты, инициированные Домом Москвы в Ереване. Однако они позволяют получить представление о потенциале использования «мягкой силы» России на постсоветском пространстве, об объеме гуманитарного трека сотрудничества, востребованности образовательного, культурного и научного взаимодействия, а также сделать выводы о возможной трансформации коммуникационных процессов для увеличения привлекательности России для жителей стран бывшего СССР.

Обратим внимание на то, как эта трансформация отражается в декларируемых задачах в сфере внешней политики России. Страны СНГ являлись приоритетным географическим направлением внешней политики России, что указано в Концепции внешней политики РФ от 30 ноября 2016 года. Кроме того, документ указывал: «Неотъемлемой составляющей современной международной политики становится использование для решения внешнеполитических задач инструментов «мягкой силы», прежде всего возможностей гражданского общества, информационно-коммуникационных, гуманитарных и других методов и технологий, в дополнение к традиционным дипломатическим методам» [*Указ Президента РФ...*, 2016]. Также впервые подробно описываются цели и задачи информационного сопровождения внешнеполитической деятельности

Российской Федерации. В обновленной Концепции 2023 года [*Указ Президента РФ...*, 2023], помимо общей тональности документа, произошли значительные содержательные изменения, некоторые из которых особо важны в контексте данного исследования. Так, отмечается приоритетное внимание к развитию Республики Абхазия, Республики Южная Осетия, государств – членов ЕАЭС, государств – участников СНГ, поддерживающих добрососедские отношения с Россией. В сфере международного гуманитарного сотрудничества отмечается необходимость «содействия в формировании единого гуманитарного пространства Российской Федерации и государств – участников СНГ, сохранению многовековых цивилизационных и духовных связей народа России с народами этих государств». Особый интерес вызывает раздел V «Ближнее зарубежье» Концепции внешней политики РФ 2023 года, согласно которому СНГ не рассматривается как отдельный актор. По мнению исследователей, можно говорить о так называемом «Евразийском континенте», представляющим собой отдельные региональные направления внешней политики России, куда включены страны СНГ, поддерживающие партнерские отношения с Россией [*Лебедева, Бобров, 2023*]. В обновленной Концепции существенно изменилось и содержание ключевых задач в сфере информационного сопровождения внешнеполитической деятельности. Это направление работ теперь не столько заключается в масштабном информировании, сколько в противодействии антироссийской пропагандистской кампании. Отдельного интереса заслуживают и принципиально новые задачи, обозначенные в этом разделе. Так в пункте 6 говорится о «создании благоприятных условий для деятельности иностранных средств массовой информации на территории России на основе принципа взаимности», а в пункте 7 обозначена необходимость «дальнейшего формирования общего информационного пространства Российской Федерации и государств – участников СНГ, наращивание сотрудничества в информационной сфере с государствами, проводящими конструктивную политику в отношении России».



Таким образом, на уровне регламентируемых целей и задач, отраженных в редакциях Концепции внешней политики России 2016 года и 2023 года, и вобравших в себя основные черты трансформации внешнеполитической практики, можно отметить две ключевые тенденции. Во-первых, постсоветское пространство воспринимается как регион равноправных акторов, отстаивающих свои национальные интересы и обладающих ресурсами для реализации интеграционных процессов. Во-вторых, исключительно от информирования произошел качественный переход к коммуникационному сопровождению внешней политики и к необходимости диалога между субъектами постсоветского пространства как пространства коммуникационного.

Анализ практики коммуникации и документов, регламентирующих внешнюю политику, показывает, что основные проекты Российской Федерации на постсоветском пространстве реализуются в рамках трех ведущих направлений: информационное обеспечение внешней политики государства, развитие международных культурных связей страны, развитие связей с соотечественниками за рубежом. С этими направлениями, как правило связывают «мягкую силу» государства. «Мягкая сила» лежит в основе воздействия — она позволяет менять повестку дня, создавая тот социальный порядок, который соответствует целям ее обладателя [Борисов, 2020]. По мнению ряда исследователей, нельзя говорить об абсолютной эффективности применения «мягкой силы» на постсоветском пространстве; сама по себе она является следствием позитивного образа государства, сформировавшегося, в том числе, благодаря целенаправленному информационному воздействию на них [Казанцев, Меркушев, 2008: 122]. Кроме того, площадки для реализации инструментов «мягкой силы» могут быть рассмотрены целевыми аудиториями как инструменты влияния, а все генерируемые субъектом смыслы и сообщения — как элемент манипуляции общественным мнением. Важно помнить о необходимости учета интереса целевых аудиторий и национальных элит, которые могут влиять на

эффективность «мягкой силы» субъекта вплоть до фактической ликвидации существующих коммуникационных площадок (как например, произошло с Русским домом в Берлине). Поэтому говоря о коммуникации России и стран СНГ, поддерживающих с ней отношения, учитывая обозначенные выше направления и риски этой коммуникации, важно вести речь о построении всех процессов, основываясь на симметричной модели коммуникации.

Именно взаимодействие, то есть обоюдовыгодное сотрудничество видится наиболее перспективным направлением дальнейшей работы. Учитывая заинтересованность в сотрудничестве со стороны Дома Москвы в Ереване, разнонаправленность деятельности, активное вовлечение жителей Армении в проекты МКДЦ, а также сложный внутри- и внешнеполитический контекст, обусловленный непредсказуемостью развития международных отношений, необходимо смещать фокус внимания с классических инструментов «мягкой силы» в сторону обоюдовыгодной организации международной стратегической коммуникации двух стран-партнеров.

Опыт Дома Москвы в Ереване показывает, что все ключевые технологии и инструменты «мягкой силы», направленные на привлечение внимания к русскому языку, истории и культуре современной России, способствуют не только повышению привлекательности имиджа РФ, но становлению новой площадки для диалога двух стран на региональном и национальном уровнях. Механизмы и принципы работы Дома Москвы в Ереване могут быть имплементированы в деятельности российских государственных организаций, работающих в других странах, углубляя при этом сотрудничество и популяризируя русскую культуру и язык за рубежом. Планомерная стратегическая деятельность подобных площадок позволит зафиксировать прочный фундамент добрососедских отношений между новыми поколениями жителей стран бывшего СССР и сформировать общественный консенсус относительно взглядов на развитие стран-партнеров и постсоветского региона в целом с учетом реализации и защиты

национальных интересов, а значит – постепенно находить пути решения сложившихся противоречий.

### **Библиография**

*Голуб О.Ю.* Кризисные коммуникации: методология и методы управления. Саратов: Вестник Саратовского государственного экономического университета; 2012. С. 142-145.

*Громогласова Е.С.* Гуманитарная дипломатия в современных международных отношениях: опыт системного исследования. – М.: ИМЭМО РАН, 2018. 124 с.

*Ефанова Е.В.* Инструменты «мягкой силы» во внешней политике государства // Вестник РУДН. Серия: Политология. 2018. №3. С. 417-426

*Борисов А.В.* «Мягкая сила»: специфика отечественного понимания // Проблемы постсоветского пространства. 2020, №7(2). С. 130-141.

*Казанцев А.А., Меркушев В.Н.* Россия и постсоветское пространство: перспективы использования «мягкой силы» // Полис. Политические исследования. 2008. № 2. С. 122

*Ковальчук А.* Международные отношения эволюция российских подходов к многостороннему взаимодействию на постсоветском пространстве (1991-2012 гг. ) // Вестник МГИМО. 2014. №1 (34). С. 23-30.

*Кошкар-оол А.А.* «Мягкая сила» в международной политической коммуникации: подходы к интерпретации концепции // МГИМО МИД России «Международные коммуникации», 2019. №1 (10). Дата обращения: 16.09.2023. URL:<https://intcom-mgimo.ru/2019/2019-10/soft-power-in-int-political-communication>

*Кулешова Н.С.* Русский язык как средство коммуникации на современном постсоветском пространстве // Вестник ВятГУ. 2011. №1-4. С. 87 -93

*Лебедева О., Бобров А.* Концепция внешней политики России 2023: стратегия многополярного мира // РСМД. Дата публикации: 02.05.2023 Дата обращения: 16.09.2023 URL:<https://russiancouncil.ru/analytcs-and-comments/analytcs/kontseptsiya-vneshney-politiki-rossii-2023-strategiya-mnogopolyarnogo-mira/>

*Минаева Л.В.* Стратегическая коммуникация как инструмент продвижения национальных интересов страны // Российская школа связей с общественностью. 2021. №20. С. 52 - 76

*Най Джозеф С.* Гибкая власть: как добиться успеха в мировой политике / Джозеф С. Най ; пер. [с англ.] В.И.Супруна. – Новосибирск, Москва: Фонд социо-прогност. исслед. «Тренды», 2006. - 221 с.

*Пашенцев Е.Н.* Стратегическая коммуникация Китая в Латинской Америке и ее интерпретация в США // Государственное управление. Электронный вестник. 2013. №36. Дата обращения: 16.09.2023 URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/strategicheskaya-kommunikatsiya-kitaya-v-latinskoy-amerike-i-ee-interpretatsiya-v-ssha>

*Потоцкая Т. И.* Трансформация постсоветского пространства: союзники и противники // 70 лет со Дня Победы советского народа в Великой Отечественной войне 1941-1945 годов : Материалы научно-практической конференции, Смоленск, 05 мая 2015 года / Отв.ред. Хрипулов И.В.Смоленск: Областное государственное образовательное бюджетное учреждение высшего профессионального образования Смоленский государственный институт искусств, 2015. С. 172-180.

Публичная дипломатия: Теория и практика: Научное издание / *Под ред. Лебедевой М. М.* — М.: Издательство «Аспект Пресс», 2017. — 272 с.

Современные международные отношения, *ред. Торкунов А., Мальгин А. М.*: Пресс, 2012. с.117.

*Табаринцева-Романова К.М.* «Новые» виды дипломатии XXI в.: культурная дипломатия в современном международном дискурсе // Научный журнал «Дискурс-Пи». 2019. № 3 (36), 2019. С. 26–37.

*Церницкая О.Л., Маркушина Н.Ю., Ковалевская Н.В.* Перспективы формирования «Мягкой силы» во внешней политике Российской Федерации // Армия и общество. 2015. №2 (45). С 65-67

*Чуфрин Г.И.* Интересы России на постсоветском пространстве: современные вызовы и ответы // Россия и новые государства Евразии. 2019, №1. С. 9-20.

*Пивовар Е.И., Гуцин А.В.* Основные направления изучения постсоветской интеграции в российской историографии // Вестник РГГУ. Серия: Политология. История. Международные отношения. 2013. №21 (122). С. 11-38

*Шумский Н.Н.* Интеграция постсоветских государств: возможности и перспективы развития // Белорусский журнал международного права и международных отношений. 2000, № 3. Дата обращения: 16.09.2023 URL: <https://evolutio.info/ru/journal-menu/2000-3/2000-3-shumski>

Распоряжение Мэра Москвы от 1 августа 2003 года N 288-PM Об утверждении Концепции создания организаций «Дом Москвы» за рубежом // Электронный фонд правовых и нормативно-технических документов. Дата обращения: 22.09.2023 URL: <https://docs.cntd.ru/document/3646918>

Указ об утверждении Концепции внешней политики Российской Федерации. Владимир Путин подписал Указ «Об утверждении Концепции внешней политики

Российской Федерации» // Официальный сайт Президента РФ. Дата обращения: 22.09.2023 URL: <http://kremlin.ru/events/president/news/70811>

Указ Президента Российской Федерации от 30.11.2016 г. № 640 Об утверждении Концепции внешней политики Российской Федерации// Официальный сайт Президента РФ. Дата обращения: 22.09.2023 URL.: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/41451>

*Gilboa E.* Searching for a Theory of Public Diplomacy, *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 2008. pp. 55-77.

*Nye J. S. Jr.* Get Smart. Combining Hard and Soft Power. 2003. URL: [https://www.researchgate.net/publication/370311554\\_Get\\_Smart\\_Combining\\_Hard\\_and\\_Soft\\_Power](https://www.researchgate.net/publication/370311554_Get_Smart_Combining_Hard_and_Soft_Power)

*Seymour M.* The Problem with Soft Power // Analysis. Foreign Policy Institute Research, 2020. URL: <https://www.fpri.org/article/2020/09/the-problem-with-soft-power/>

## References

*Golub O.YU.* (2012) *Krizisnye kommunikacii: metodologiya i metody upravleniya* [Crisis communications: methodology and management methods]. Saratov: Vestnik Saratovskogo gosudarstvenno-ekonomicheskogo universiteta: 142-145.

*Gromoglasova E.S.* (2018) *Gumanitarnaya diplomatiya v sovremennyh mezhdunarodnyh otnosheniyah: opyt sistemnogo issledovaniya* [Humanitarian diplomacy in modern international relations: experience of systemic research]. Moscow: IMEMO RAN.

*Efanova E.V.* (2018) *Instrumenty «myagkoj sily» vo vneshnej politike gosudarstva* [The Instruments of “soft power” in the foreign policy of the state] // Vestnik RUDN. Seriya: Politologiya’3: 417-426

*Borisov A.V.* (2020) «Myagkaya sila»: specifika otechestvennogo ponimaniya [«Soft Power»: Specificities of Domestic Understanding] // Problemy postsovetskogo prostranstva’№7(2): 130-141.

*Kazancev A.A., Merkushev V.N.* (2008) *Rossiya i postsovetskoe prostranstvo: perspektivy ispol'zovaniya «myagkoj sily»* [Russia and the post-Soviet area: prospects for using “soft power”] // Polis. Politicheskie issledovaniya’2: 122.

*Koval'chuk A.* (2014) *Mezhdunarodnye otnosheniya evolyuciya rossijskih podhodov k mnogostoronnemu vzaimodejstviyu na postsovetskom prostranstve (1991-2012 gg. )* [International relations and the evolution of Russian approaches to multilateral interaction in the Post-Sovets area (1991-2012)] // Vestnik MGIMO’1 (34): 23-30.

*Koshkar-ool A.A.* (2019) «Myagkaya sila» v mezhdunarodnoj politicheskoj kommunikacii: podhody k interpretacii koncepcii [“Soft power” in international political

communication: approaches to interpreting the concept] // MGIMO MID Rossii «Mezhdunarodnye kommunikacii» №1 (10). Data obrashcheniya: 16.09.2023. URL:<https://intcom-mgimo.ru/2019/2019-10/soft-power-in-int-political-communication>

Kuleshova N.S. (2011) Russkij yazyk kak sredstvo kommunikacii na sovremennom postsovetском prostranstve [Russian language as a means of communication in the modern Post-Soviet area] // Vestnik VyatGU' 1-4: 87-93/

*Lebedeva O., Bobrov A.* (2023) Konceptsiya vneshnej politiki Rossii 2023: strategiya mnogopolyarnogo mira [Russian foreign policy concept 2023: strategy for a multipolar world] // RSMD. Data publikacii: 02.05.2023 Data obrashcheniya: 16.09.2023 URL:<https://russiancouncil.ru/analytics-and-comments/analytics/kontseptsiya-vneshney-politiki-rossii-2023-strategiya-mnogopolyarnogo-mira/>

*Minaeva L.V.* (2021) Strategicheskaya kommunikaciya kak instrument prodvizheniya nacional'nyh interesov strany [Strategic communication as a tool for promoting the country's national interests] // Rossijskaya shkola svyazey s obshchestvennost'yu' 20: 52 – 76.

*Nye J.* (2006) Gibkaya vlast' : kak dobit'sya uspekha v mirovoj politike [Soft power : the means to success in world politics] (*Transl. V.I. Suprun*). - Novosibirsk ; Moskva : Fond socio-prognost. issled. "Trendy", 2006. - 221 s.

*Pashencev E.N.* (2013) Strategicheskaya kommunikaciya Kitaya v Latinskoj Amerike i ee interpretaciya v SSHA [China's strategic communication in Latin America and its interpretation in the USA]// Gosudarstvennoe upravlenie. Elektronnyj vestnik'36. Data obrashcheniya: 16.09.2023 URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/strategicheskaya-kommunikatsiya-kitaya-v-latinskoj-amerike-i-ee-interpretatsiya-v-ssha>

*Potockaya T. I.* (2015) Transformaciya postsovetского prostranstva: soyuzniki i protivniki [Transformation of the post-Soviet space: allies and opponents] // 70 let so Dnya Pobedy sovetskogo naroda v Velikoj Otechestvennoj vojne 1941-1945 godov : Materialy nauchno-prakticheskoy konferencii, Smolensk, 05 maya 2015 goda / Ed. Hriptulov I.V. Smolensk: Oblastnoe gosudarstvennoe obrazovatel'noe byudzhethoe uchrezhdenie vysshego professional'nogo obrazovaniya Smolenskij gosudarstvennyj institut iskusstv: 172-180.

Publichnaya diplomatiya: Teoriya i praktika: Nauchnoe izdanie [Public diplomacy]/ Ed. *Lebedeva M. M.* (2017) Moscow: Izdatel'stvo «Aspekt Press», 272.

Sovremennye mezhdunarodnye otnosheniya (2017) [The modern international relations] / Ed. *Torkunov A., Mal'gin A.* Moscow: Press: 117.

*Tabarinceva-Romanova K.M.* (2019) «Novye» vidy diplomatii XXI v.: kul'turnaya diplomatiya v sovremennom mezhdunarodnom diskurse [“New” types of diplomacy of the 21st

century: cultural diplomacy in modern international discourse] // Nauchnyj zhurnal «Diskurs-Pi» 3 (36): 26–37.

*Cerpickaya O.L., Markushina N.YU., Kovalevskaya N.V.* (2015) Perspektivy formirovaniya «Myagkoj sily» vo vneshnej politike Rossijskoj Federacii [Prospects for the formation of “Soft power” in the foreign policy of the Russian Federation]// *Armiya i obshchestvo* №2 (45): 65-67

*CHufrin G.I.* (2019) Interesy Rossii na postsovetskom prostranstve: sovremennye vyzovy i otvety [Russia's interests in the post-Soviet space: modern challenges and responses] // *Rossiya i novye gosudarstva Evrazii* 1: 9-20.

*Pivovar E.I., Gushchin A.V.* (2013) Osnovnye napravleniya izucheniya postsovetskoj integracii v rossijskoj istoriografii [Main directions of studying post-Soviet integration in Russian historiography] // *Vestnik RGGU. Seriya: Politologiya. Istoriya. Mezhdunarodnye otnosheniya* 21 (122):11-38

*SHumskij N.N.* (2000) Integraciya postsovetskih gosudarstv: vozmozhnosti i perspektivy razvitiya [Integration of post-Soviet states: opportunities and development prospects]// *Belorusskij zhurnal mezhdunarodnogo prava i mezhdunarodnyh otnoshenij* 3. Data obrashcheniya: 16.09.2023 URL: <https://evolutio.info/ru/journal-menu/2000-3/2000-3-shumski>

Rasporyazhenie Mera Moskvy ot 1 avgusta 2003 goda N 288-RM Ob utverzhdenii Konceptii sozdaniya organizacij «Dom Moskvy» za rubezhom // *Elektronnyj fond pravovyh i normativno-tekhnicheskikh dokumentov*. Data obrashcheniya: 22.09.2023 URL: <https://docs.cntd.ru/document/3646918>

Ukaz ob utverzhdenii Konceptii vneshnej politiki Rossijskoj Federacii. Vladimir Putin podpisal Ukaz «Ob utverzhdenii Konceptii vneshnej politiki Rossijskoj Federacii» // *Oficial'nyj sajt Prezidenta RF*. Data obrashcheniya: 22.09.2023 URL: <http://kremlin.ru/events/president/news/70811>

Ukaz Prezidenta Rossijskoj Federacii ot 30.11.2016 g. № 640 Ob utverzhdenii Konceptii vneshnej politiki Rossijskoj Federacii// *Oficial'nyj sajt Prezidenta RF*. Data obrashcheniya: 22.09.2023 URL.: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/41451>

*Gilboa E.* (2008) Searching for a Theory of Public Diplomacy. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*: 55-77.

*Nye J. S. Jr.* (2003) Get Smart. Combining Hard and Soft Power. URL: [https://www.researchgate.net/publication/370311554\\_Get\\_Smart\\_Combining\\_Hard\\_and\\_Soft\\_P](https://www.researchgate.net/publication/370311554_Get_Smart_Combining_Hard_and_Soft_Power)ower <https://www.foreignaffairs.com/articles/2009-07-01/get-smart?page=1>

*Seymour M.* (2020) The Problem with Soft Power // *Analysis*. Foreign Policy Institute Research. URL: <https://www.fpri.org/article/2020/09/the-problem-with-soft-power/>

### **Сведения об авторах**

*Карпетян Ваграм Вардкесович* – кандидат технических наук, Генеральный директор Московского культурно-делового центра "Дом Москвы" в Ереване; [info@dommoskvy.am](mailto:info@dommoskvy.am).

*Давтян Ани Самвеловна* – координатор образовательных проектов по русскому языку Московского культурно-делового центра "Дом Москвы" в Ереване; [ruslanguage@dommoskvy.am](mailto:ruslanguage@dommoskvy.am), [ani04062001@icloud.com](mailto:ani04062001@icloud.com).

*Трохинова Ольга Игоревна* – кандидат политических наук, старший преподаватель кафедры международной коммуникации факультета мировой политики Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова; [olgatrox@gmail.com](mailto:olgatrox@gmail.com).

*Karapetyan Vagram V.* – Candidate of Technical Sciences, CEO of the Moscow Cultural Business Center "Dom Moskvу" in Yerevan; [info@dommoskvy.am](mailto:info@dommoskvy.am).

*Davtian Ani S.* – Coordinator of Russian Language Educational Projects of the Moscow Cultural Business Center "Dom Moskvу" in Yerevan; [ruslanguage@dommoskvy.am](mailto:ruslanguage@dommoskvy.am) [ani04062001@icloud.com](mailto:ani04062001@icloud.com).

*Trokhinova Olga I.* – Candidate of Political Sciences, lecturer, The School of the World Politics, Lomonosov Moscow State University; [olgatrox@gmail.com](mailto:olgatrox@gmail.com).



**МЕТОДОЛОГИЯ ПРЕПОДАВАНИЯ РЕКЛАМЫ И  
СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

Сухова Н.В., Бондарева Л.В.

Москва, Россия

**МЕЖДУНАРОДНАЯ МАГИСТЕРСКАЯ ПРОГРАММА КАК  
ИНСТРУМЕНТ «МЯГКОЙ СИЛЫ» В СФЕРЕ НАУЧНО-  
ТЕХНИЧЕСКОГО СОТРУДНИЧЕСТВА**

*Аннотация.* Данная работа описывает восьмилетний опыт функционирования международной англоязычной магистерской программы в НИТУ МИСИС. История становления программы «Теория коммуникации и международные связи с общественностью / Communications and International Public Relations» оказывается показательной, т. к. демонстрирует: разработку концепции; содержательное наполнение учебного плана; способы привлечения обучающихся на программу из России и зарубежа; организацию образовательного, проектного и культурно-досугового процессов. В статье подробно описаны основные задачи создания программы: 1) создание и расширение возможностей для обучения российских студентов в международной и межкультурной среде; 2) продвижение российских ценностей, продуктов, услуг и технологий за рубежом посредством подготовки иностранных специалистов, готовых к сотрудничеству с российскими партнерами в будущем; 3) расширение возможностей НИТУ МИСИС для международных академических и профессиональных партнерств. Программа является примером действенного инструмента «мягкой силы» в сфере научно-технического сотрудничества.

*Ключевые слова:* магистерская программа, «мягкая сила», технический университет, культурные ценности, глобальный Юг.

Natalya V. Sukhova, Lilia V. Bondareva

Moscow, Russia

## **INTERNATIONAL MASTER’S PROGRAMME AS A “SOFT POWER” TOOL FOR COOPERATION IN SCIENCE AND TECHNOLOGY**

*Abstract:* The paper describes an 8-year experience of master’s programme at MISIS University. The history of the “Communications and International Public Relations” programme demonstrates all developmental stages: conceptualizing; curriculum content design; programme promotion in Russia and abroad; organization of educational, project and cultural processes. The article addresses the main goals of the programme: 1) evolvement of new opportunities for the Russian students to enjoy an international and multicultural environment; 2) promotion of Russian cultural values, Russian services and goods, technologies to the international arena via educating foreign specialists willing to cooperate in the future; 3) expanding the MISIS University opportunities for the international academic and professional partnerships. The programme exemplifies a successful “soft power” tool for science and technology.

*Keywords:* master’s programme, “soft power”, technical university, cultural values, global south.

### **Постановка проблемы**

Образовательное пространство всегда существует в динамике. В нашей стране традиционно система образования опережает свое время и подвержено постоянным изменениям, нацеленным на будущее. Высшая школа стремится предугадать будущие потребности общества в специалистах (см. например, тест «Профессии будущего – какую выберешь ты?»<sup>2</sup>, который предлагают пройти абитуриентам на сайте НИТУ МИСИС).

---

<sup>2</sup> [Профессии будущего – какую выберешь ты? \(misis.ru\)](http://misis.ru)

В 2010-х годах такая ситуация сложилась в области подготовки специалистов по связям с общественностью на уровне магистратуры [Ачкасова, Гавра, Быкова, 2022]. В 2015 году была открыта магистерская программа в Национальном исследовательском технологическом университете «МИСИС» под названием «*Теория коммуникации и международные связи с общественностью / Communications and International Public Relations*». Программа создавалась усилиями преподавателей Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова и Университета МИСИС на кафедре иностранных языков и коммуникативных технологий (ИЯКТ) и стала частью направления подготовки 45.04.02 «Лингвистика».

Данная работа является результатом лонгитюдного наблюдения и анализа опыта реализации англоязычной магистерской программы по коммуникациям и связям с общественностью на протяжении восьми лет.

### **История вопроса**

Парадигма современного процесса международной коммуникации подразумевает сочетание «жесткой» и «мягкой силы». В книге 2023 года Дж. Най [Nye, 2023] пытается определить баланс между эти двумя рычагами воздействия политических акторов друг на друга. Интерес представляет эволюция воззрений автора на «мягкую силу» и эффективность ее использования в мировом пространстве. Начиная разработку темы «мягкой силы» с конца прошлого века, Дж. Най признается, что даже его коллеги «неправильно принимали за “мягкую силу” только нетрадиционные рычаги, такие как культуру и некоммерческие товары»<sup>3</sup> [Nye, 2023: 36-37]. В своих работах после 1990-х годов Дж. Най пытался разобраться в понятии, уточнял его и дорабатывал. Однако неизменным остается утверждение, что «мягкая сила» способна воздействовать и добиваться необходимых результатов с помощью привлечения и убеждения, а не принуждением и деньгами [Nye, 2023: 37].

---

<sup>3</sup> Перевод наш – Н. Сухова, Л. Бондарева.

В этой связи традиционно как инструменты «мягкой силы» выступают национальные культурные центры, такие как центр Конфуция (Китай), Британский совет (Великобритания), русские культурные центры и т. п., действующие в разных странах мира.

Роль университетов, как агентов «мягкой силы» не столь очевидна в силу того, что университеты во многих странах консервативны, нацелены на национальные ценности и могут восприниматься как основные двигатели идеологии страны.

Однако с 2010-х годов начинается осмысление университетов и других аналитических и научных центров как сподвижников внешней дипломатии [Checkel, 2004; Gallarotti, 2016; Kim, Choi, Kim, Cai, 2020]. Важную роль в этом сыграли многочисленные программы международной академической мобильности, которые позволили студентам, преподавателям и ученым посетить в рамках краткосрочных и долгосрочных программ университеты в других странах. Помимо очевидной пользы для исследований опыт пребывания в другой стране позволил повысить стандарты качества научной и образовательной инфраструктуры с учетом лучших международных практик, обогатить свой исследовательский и методический инструментарий, а также установить профессиональные и личные контакты между людьми, что является ключевым фактором при реализации мероприятий, направленных на общественность зарубежных стран. Актуальность новостной повестки, связанной с людьми в знакомом регионе мира, повышается многократно, соответственно, возможности для применения инструментов мягкой силы расширяются при повышении количества и качества академических обменов.

Интенсивность международного академического и научно-технического сотрудничества привела к категоризации новых явлений как видов публичной дипломатии. Так, в 2020-х появляется, например, концепция «дипломатии знаний» [Knight, 2023]. Сотрудничество в области исследования климатических изменений, космоса, рационального

природопользования, медицины и других областей, требующих вовлечения исследователей разных стран, усиливает роль университетов как агентов публичной дипломатии [Matsuoka, 2001].

Данная работа посвящена описанию опыта нашей программы, в которой и разворачивается действие «мягкой силы».

Отличительной особенностью программы стали несколько факторов.

Во-первых, запуск программы стал ответом на запрос государства на повышение видимости российских исследований и технологий в международном пространстве [Crowley-Vigneau, Istomin, Baykov, Kalyuzhnova, 2021]. Именно поэтому программа была открыта в одном из ведущих технологических вузов России командой опытных профессионалов, задействованных в подготовке кадров для индустрии рекламы и связей с общественностью (о важности привлечения практиков, см. [Volk, Vogler, Fürst, Schäfer, et al., 2023]). Многолетний опыт преподавания в области связей с общественностью и глубокое знание потребностей работодателей создали плодотворную почву для того, чтобы разработать программу, направленную на сопровождение проектов в наукоемких отраслях.

Во-вторых, программа с самого начала задумывалась как международная и была реализована на английском языке, что по сей день является привлекательным фактором не только для иностранных, но и для российских абитуриентов. Обучение на английском языке делает программу доступной намного большему количеству зарубежных абитуриентов [Alhamami, 2023]. Многие студенты из других стран не владеют русским языком в достаточной степени, но при этом заинтересованы в получении образования в России с учетом уникального опыта, экспертизы и контекста страны. При этом российские абитуриенты, поступающие на программу, получают возможность, не покидая страну, учиться в международной академической среде в соответствии с концепцией «интернационализация дома». Это позволило расширить охват потенциальных абитуриентов, но и создало небольшие, но все же трудности (см. ниже).

В-третьих, существование программы внутри направления «Лингвистика» позволило усилить перечень дисциплин профессионально-ориентированного толка (например, коммуникационный менеджмент, методология связей с общественностью в отрасли, копирайтинг) предметами фундаментального лингвистического блока (например, квантитативная лингвистика, методы лингвистических исследований).

В-четвертых, программа открылась в университете, активно развивающем вектор интернационализации, открывая международные образовательные программы и привлекая для сотрудничества ведущих ученых, в том числе и зарубежных. Это позволило использовать всю внутриуниверситетскую корпоративную культуру как для создания особой привлекательной образовательной среды для студентов программы, так и для участия, ведения и реализации настоящих коммуникационных проектов, связанных с деятельностью исследовательских лабораторий, малых инновационных предприятий, открытых при поддержке университета, а также технологических партнеров университета.

В связи с перечисленными факторами были сформулированы и задачи, которые программа, ее основоположники и весь профессорско-преподавательский состав (ППС), ставили перед собой. Их можно сгруппировать в три больших блока: преимущества для студентов из России, преимущества для иностранных студентов и польза для университета. Таким образом, программа нацелена на:

1 создание и расширение возможностей для обучения российских студентов в международной и межкультурной среде;

2 продвижение российских ценностей, продуктов, услуг и технологий за рубежом посредством подготовки иностранных специалистов, готовых к сотрудничеству с российскими партнерами в будущем;

3 расширение возможностей НИТУ МИСИС для международных академических и профессиональных партнерств.

#### **Описание методики**

Образовательный продукт, т. е. программа, курс или дисциплина, требует проверки временем. Наше исследование функционирования магистерской программы охватывает восемь лет. Такое *лонгитюдное наблюдение* позволило оценить успешность и работоспособность структуры, содержательного наполнения, организационных и административных решений программы, и на насколько они способствуют или мешают достижению целей. Программа претерпевала изменения в наборе дисциплин, в векторе и месте прохождения практики, в предлагаемых проектах, в критериальном отборе преподавателей (практиков или академических теоретиков), в составе студентов (возраст, страна, предыдущее образование и т. д.), в продвижении и трудоустройстве выпускников. Эти изменения стали следствием анализа данных обучающихся на программе, анализа рынка и сопоставительного анализа документов маркетингового характера, представленных на сайтах российских и зарубежных университетов.

### **Результаты исследования**

Лонгитюдное наблюдение за динамикой развития программы и всех ее заинтересованных сторон показало, как соотносятся ее цели и их реализация на практике. Ниже представлен этот сопоставительный анализ и обсуждаются дальнейшие перспективы развития программы.

### **Создание международной и межкультурной среды в российском университете**

В 2012 году правительство Российской Федерации инициировало *Проект повышения конкурентоспособности российского образования «5-100»*, в который вошел и НИТУ МИСИС. Основной целью этой инициативы стала адаптация российских университетов к мировым стандартам и включение их в международную образовательную среду. За отведенный пятилетний срок, который позже был продлен до 2020 года, вуз должен был достичь высоких показателей в мировых рейтингах по публикационной активности ППС, по привлечению иностранных лекторов и профессоров и по набору иностранных студентов.



Участие в этом проекте позволило создать среду для привлечения иностранных студентов, преподавателей и исследователей.

Были разработаны англоязычная версия сайта университета, памятка для поступающих на английском языке с самыми подробными инструкциями о том, с чего начать, когда студент хочет учиться в России, что делать по прибытии и т. п. В этот период важным было не только обеспечение внешней представленности вуза на международной арене (видимость и языковая доступность информации о НИТУ МИСИС), но и внутренняя более скрупулёзная и долгосрочная работа по привлечению иностранных студентов и созданию условий для их пребывания в стенах университета.

Теперь НИТУ МИСИС, участвуя в проекте *Приоритет 2030*, нацеленном на повышение научно-образовательного потенциала университетов и научных организаций, имеет очень хорошее соотношение в доле российских (86,6 %) <sup>4</sup> и иностранных (13,4 %) студентов и профессорско-преподавательского состава – 98,6 % и 1,4 % соответственно. К сравнению НИУ «Высшая школа экономики» <sup>5</sup> имеет 94,1 % российских граждан среди студентов и 95,3 % – среди иностранных ППС.

Программа *«Теория коммуникации и международные связи с общественностью»* была одной из первых англоязычных магистерских программ, созданных в Университете МИСИС. Первый набор студентов в 2015 году составил 6 человек, из которых 50 % были студенты из других стран.

Со временем количество иностранных студентов варьировало (см. рис. 1). Как видно на рисунке количественно иностранные студенты ВСЕГДА представлены больше чем, 50 % от количества российских студентов (см. подробнее о возможных причинах притока студентов из стран глобального Юга [*Gräbner-Radkowitsch, Strunk, 2023; Sharma, Dahlstrand, 2023*]).

---

<sup>4</sup> [Университет науки и технологий МИСИС | Приоритет 2030 \(priority2030.ru\)](http://priority2030.ru)

<sup>5</sup> [НИУ ВШЭ | Приоритет 2030 \(priority2030.ru\)](http://priority2030.ru)

Даже в годы пандемии (2020-2021 годы), когда физическое присутствие студентов было затруднено и границы были частично закрыты, программа привлекала иностранных студентов. На графике видно, что общая численность магистрантов с годами растет, увеличивается и доля российских студентов.

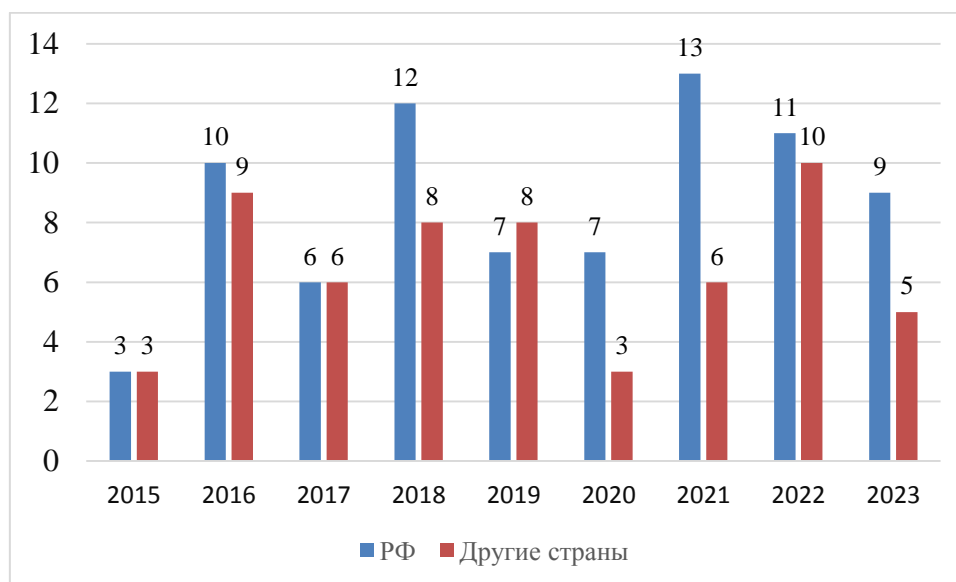


Рис. 1. Соотношение российских и иностранных студентов на программе в период с 2015 года по 2023 год

География иностранных студентов охватывает как страны Европы (Италия, Испания, Финляндия, Франция), так и государства глобального Юга (страны Африки – Нигерия, Гана, Того, Ангола, Египет, Марокко и др.); Азии (Вьетнам, Китай, Пакистан, Индия и др.) и Латинской Америки (Бразилия, Эквадор, Колумбия).

Безусловно, следует упомянуть и ряд сложностей, которые возникают при привлечении иностранных студентов.

Во-первых, организационные трудности, которые возникают при сопровождении текущих запросов иностранных студентов по вопросам, не связанным с академическим процессом. Не все службы университета готовы к взаимодействию на английском языке, что повышает нагрузку на кураторов, сопровождающих опыт студентов на программе.

Во-вторых, межкультурные различия среди иностранных студентов могут быть серьезными, но неярко выраженными. Например, студенты даже одной страны могут принадлежать разным конфессиям, порой имеющим сложную историю противостояния у себя на родине, что может привести к появлению конфликтов, причины которых преподавателям и сотрудникам могут быть неочевидны. Также возникают ситуации, где необходимо учитывать межкультурные особенности и в академическом общении, когда поведение студентов требует «культурной» трактовки и соответствующего поведения на занятиях от всего коллектива (преподавателя и группы). Подобного рода случаи заставляют развивать межкультурную компетенцию всем участникам и заинтересованным сторонам образовательного процесса.

Однако именно межкультурная и международная среда, как отмечают сами студенты, и привлекает их. Во-первых, появляется возможность использовать английский язык в профессиональных целях для решения задач в области коммуникации, а во-вторых, дает опыт работы в международных командах при выполнении сложных проектов.

С момента основания программы ее главной политикой была полная интеграция иностранных студентов как в учебный, так и в досуговый процессы на кафедре и в университете (о важности такого подхода см. например, [Стукалова, 2022]); иностранные студенты программы принимают активное участие в работе студенческих общественных объединений (например, Африканский союз МИСИС, студенческий совет и др.)

### **«Мягкая сила» российского образования**

Учебный план программы был разработан с учетом государственных стандартов и профессиональных компетенций будущих специалистов по связям с общественностью. При этом работа шла в двух направлениях: выяснить, что хотели бы видеть работодатели и что ожидают от программы студенты. Все разработчики программы, т. е. преподаватели, которые составляли рабочие программы дисциплин обязательного и вариативного блоков, представляли себе «гипотетического» студента из России и из другой

страны. Данный подход помог визуализировать то, что хотел бы получить, как результат обучения, наш будущий магистрант.

Необходимо отметить, что на протяжении 8 лет существования программы мы проводим такой ментальный эксперимент до сих пор при актуализации учебного плана и программ, т. к. каждый год меняется контекст и география привлечения абитуриентов.

Программа мыслится как единая образовательная система, где все элементы – преподаватели, дисциплины и их содержательное наполнение и структура, студенты и студенческие группы – взаимосвязаны, и главное, действуют в унисон. В силу этого постоянные встречи всего коллектива, обсуждение результатов обучения, студенческих опросов и прочее проводятся на регулярной основе.

В учебном плане программы (см. рис. 2) дисциплины группируются определенным образом, вокруг лингвистического знания, изучения бизнес-процессов и саморазвития и личностного роста (о моделях построения магистерских программ, см. например, [Минаева, Лебедева, 2017]). Большое место занимает научно-исследовательская работа, которая охватывает все четыре семестра обучения и варьирует от выполнения проектов и коммуникационных заданий до курсовых и магистерской диссертации.

Многие иностранные студенты отмечают, что образовательный процесс в России отличается от того, к чему они привыкли на родине. Так, студенты из Африки указывают, что требуется высокий уровень владения информационно-коммуникационной компетенцией, чтобы справляться с заданиями.

Заданий много, работа должна вестись на еженедельной основе, в то время, как в Гане, например, или Нигерии, студент слушает курс, самостоятельно читает рекомендованный список литературы и отчитывается по нему в конце срока обучения. Однако, необходимо отметить высокую степень ответственности и исполнительности у африканских студентов, искреннюю заинтересованность в процессе обучения и беспрецедентную

упредительность в работе над научными исследованиями, когда студенты инициируют встречи с руководителем и выполняют задания раньше срока.



Рис. 2. Схематичное представление учебного плана программы

Рабочая атмосфера тоже отличается: студенты стран Ближнего Востока предпочитают много обсуждать, африканцы любят задавать вопросы и т. д. Весь студенческий коллектив выигрывает от такой среды, а преподаватель, варьируя состав рабочих групп, может наблюдать межкультурное общение в группе.

Практический компонент программы включает в себя ознакомительные встречи с сотрудниками, занятыми коммуникациями в коммерческих, государственных и общественных организациях, реализацию практического проекта в рамках четырехсеместрового курса «Управление проектами», а также производственной практики (о важности такой практики см. [Shen, Toth, 2013]). Проектная деятельность претерпевала изменения по мере совершенствования программы, и если в первые годы реализации программы проекты заключались в подготовке коммуникационного аудита организации,

где заказчиками выступали реальные компании, то теперь студенты реализуют значимые мероприятия с международным участием, разрабатывая концепцию, визуальное оформление и брендинг, обеспечивая техническое сопровождение, практическую реализацию и написание отчетной документации. К значимым проектам, реализованным студентами магистратуры, относятся: ежегодная встреча выпускников англоязычных магистерских программ *I AM MISIS*, а также ежегодная конференция с латиноамериканскими университетами на испанском языке «Cultura Unida». Коммуникационный аудит для Еврейского музея и центра толерантности, выполненный студентами магистратуры, стал основой для подписания соглашения о сотрудничестве (о важности подобной работы см. [Petersen, Kruss, 2021]).

Многие выпускники программы продолжают свое образование в аспирантуре в вузах России, что говорит о том, что качество и содержание отечественной высшей школы представляется им привлекательным. Интересно, однако, что после прохождения курсов аспирантуры студенты, в основном, из африканских стран, ищут возможности курсов PhD в США и Канаде. Преподаватели с удовольствием дают студентам рекомендации.

Одной из задач программы является знакомство иностранных студентов с традиционными российскими духовно-нравственными ценностями, культурным и историческим наследием многонационального народа России. Так, помимо обязательного курса изучения русского языка иностранные студенты активно участвуют в студенческих конференциях и форумах в других городах России, в том числе в специально организованных образовательных поездках в Санкт-Петербург и Йошкар-Олу. Российские студенты бакалавриата направления «лингвистика» разрабатывают тематические экскурсионные маршруты по Москве для иностранных магистрантов.

## **Новые возможности международного сотрудничества**

Магистерская программа сделала НИТУ МИСИС «более видимым» в мировом пространстве в области международных связей с общественностью и продвижении роли российских исследований и технологий. В поисковых системах и агрегаторах списков магистерских программ популярность программы возрастает.

Выпускники положительно отзываются об обучении у нас, поэтому мы наблюдаем новых абитуриентов, поступающих на программу по рекомендации из года в год, что свидетельствует о положительном опыте студентов.

Выпускники тесно взаимодействуют с университетом, возвращаются к нам и работают уже в качестве ее сотрудников. Также выпускники достигают успехов в своих странах, поддерживая сотрудничество с российскими коллегами. Так, два выпускника программы возглавили пресс-службы ведущих университетов в Кении и Намибии по окончании обучения, а выпускник первого набора программы возглавляет пресс-службу столичного муниципалитета Ганы и дважды возвращался в Россию в составе делегации своей страны на саммите «Россия-Африка».

Таким образом, роль программы как инструмента мягкой силы реализуется на нескольких уровнях. С одной стороны, растущее количество иностранных выпускников программы увеличивает естественным образом сообщество открытых для взаимодействия с российской общественной повесткой граждан других стран. С другой стороны, именно специалисты в области международных связей с общественностью позволяют наращивать интенсивность дальнейших обменов уже за пределами академической сферы, кратно увеличивая возможности для значимого взаимодействия между представителями российских и зарубежных организаций.

## **Выводы**

Проектирование и создание англоязычной магистерской программы требует большой содержательной и организационной работы. Результатом

этой работы будет полноценный образовательный продукт, востребованный на международном рынке. Программа оказывается полезной для позиционирования университета, т. к. она привлекает иностранных студентов, развивает международное сотрудничество, создает по-настоящему межкультурную образовательную среду для всех сотрудников и обучающихся вуза. Однако есть и ограничения: организационно-визовые сложности, трудоустройство и адаптация во время обучения в России, культурные различия в поведенческих паттернах, языковой барьер при распределении на практику иностранных студентов в российские компании и т. д.

Опыт работы на программе показывает, что «мягкая сила» российского образования очень действенна в привлечении кадров в страну и в подготовке иностранных специалистов, готовых способствовать сотрудничеству с российскими предприятиями и организациями. Кроме того, она чрезвычайно плодотворно влияет на личностный и профессиональный рост наших студентов, которые получают возможность культурно и социально обогатиться в межкультурном пространстве программы и получить преимущества на рынке труда своих стран за счет приобретения опыта и связей в российской научно-технической сфере.

### **Библиография**

*Ачкасова В.А., Гавра Д.П., Быкова Е.В.* К истории становления российской школы теоретического анализа связей с общественностью. К 300-летию Санкт-Петербургского университета. Часть II. Направления PR-исследований в условиях социальной турбулентности // Российская школа связей с общественностью. 2022. Вып. 26. Политическая коммуникация в современной экосистеме. С. 114-130.

*Минаева Л.В., Лебедева Т.Ю.* Преподавание международных связей с общественностью: дидактический концепт и прикладные модели // Меди@льманах. 2017. № 2. С. 116–124.

*Стукалова С.Т.* Инновационная модель образовательного процесса как основа успешной двухуровневой коммуникации нового вида // Российская школа связей с



общественностью. 2022. Вып. 27. Стратегии и тактики международной коммуникации. С. 159-177.

Alhamami M. (2023). Inequity, inequality, and language rights in English as a medium of instruction programs. *Evaluation and Program Planning*, 99: 102297.

Checkel J. (2004). Social constructivism in global and European politics: a review essay. *Review of International Studies*, 30 (2): 219-231.

Gallarotti G. (2016). Compound soft power: the BRICS and the multilateralization of soft power. *Journal of Political Power*, 9 (3): 1-24.

Crowley-Vigneau A., Istomin I.A., Baykov A.A., Kalyuzhnova Y. (2021). Transnational policy networks and change through internationalization (the record of Project 5-100). *Polis. Political Studies*, 5: 8-24.

Gräbner-Radkowsch G., Strunk B. (2023). Degrowth and the Global South: The twin problem of global dependencies. *Ecological Economics*, 213: 107946.

Kim S.Y., Choi S.H., Kim J.N., Cai L.A. (2020). Dual modes of 'Good will hunting': untangling the reputation and relationship correlations en route to foreign amity. *Public Relations Review*, 46 (3), 101922.

Knight J. (2023). Knowledge diplomacy: the role of international higher education, research and innovation in international relations. *International Encyclopedia of Education (Fourth Edition)*, pp. 202-209.

Matsuoka H. (2001). Space development, SPS 2000, and economic growth: the need for macro-engineering diplomacy. *Technology in Society*, 23(4), 535–550.

Nye J.S. (2023). Soft power and great-power competition. Shifting stands in the balance of power between the United States and China. Springer, 207 p.

Petersen I. haam, Kruss G. (2021). Universities as change agents in resource-poor local settings: an empirically grounded typology of engagement models. *Technological Forecasting and Social Change*, 167: 120693.

Sharma G., Dahlstrand A.L. (2023). Innovations, informality, and the global south: A thematic analysis of past research and future directions. *Technology in Society*, 75: 102359.

Shen H., Toth E. (2013). Public relations master's education deliverables: How practitioners and educators view strategic practice curriculum. *Public Relations Review*, 39: 618-620.

Volk S.C., Vogler D., Fürst S., Schäfer M.S., Sörensen I. (2023). Role conceptions of university communicators: A segmentation analysis of communication practitioners in higher education institutions. *Public Relations Review*, 49: 102339.

## References

Achkasova, V.A., Gavra, D.P., Bykova, E.V. (2022). K istorii stanovleniya rossiyskoy shkoly teoreticheskogo analiza svyazey s obshchestvennost'yu. K 300-letiyu Sankt-Peterburgskogo universiteta. Chast' II. Napravleniya PR-issledovaniy v usloviyakh sotsial'noy turbulentnosti [On the history of the Russian PR school of theoretical analysis formation. To the 300-th anniversary of St. Petersburg university. Part 2. Directions of PR research in the conditions of social turbulence] // *Rossiyskaya shkola svyazey s obshchestvennost'yu*, 26. Politicheskaya kommunikatsiya v sovremennoy ekosisteme. [Russian PR school: Political communication in a contemporary ecosystem]: 114-130.

Minaeva, L. V., Lebedeva, T. Yu. (2017). Prepodavaniye mezhdunarodnykh svyazey s obshchestvennost'yu: didakticheskiy kontsept i prikladnyye modeli [Teaching international public relations: didactic concept and applied models]. *Medi@l'manakh*, 2: 116-124.

Stukalova, S. T. (2022). Innovatsionnaya model' obrazovatel'nogo protsessa kak osnova uspeshnoy dvukhurovnevoy kommunikatsii novogo vida [Innovation model of educational process as a base for a successful two-level communication of a new type]. *Rossiyskaya shkola svyazey s obshchestvennost'yu*, 27. Strategii i taktiki mezhdunarodnoy kommunikatsii. [Russian PR school: Strategies and tactics of international communication]: 159-177.

Alhamami, M. (2023). Inequity, inequality, and language rights in English as a medium of instruction programs. *Evaluation and Program Planning*, 99, 102297.

Crowley-Vigneau, A., Istomin, I.A., Baykov, A.A., Kalyuzhnova, Y. (2021). Transnational policy networks and change through internationalization (the record of Project 5-100). *Polis. Political Studies*, 5, 8-24.

Checkel, J. (2004). Social constructivism in global and European politics: a review essay. *Review of International Studies*, 30 (2): 219-231.

Gallarotti, G. (2016). Compound soft power: the BRICS and the multilateralization of soft power. *Journal of Political Power*, 9 (3): 1-24.

Gräbner-Radkowsch, G., Strunk, B. (2023). Degrowth and the Global South: The twin problem of global dependencies. *Ecological Economics*, 213: 107946.

Kim, S.Y., Choi, S.H., Kim, J.N., Cai, L.A. (2020). Dual modes of 'Good will hunting': untangling the reputation and relationship correlations en route to foreign amity. *Public Relations Review*, 46 (3), 101922.

Knight, J. (2023). Knowledge diplomacy: the role of international higher education, research and innovation in international relations. *International Encyclopedia of Education (Fourth Edition)*, pp. 202-209.

Matsuoka, H. (2001). Space development, SPS 2000, and economic growth: the need for macro-engineering diplomacy. *Technology in Society*, 23(4), 535–550.

Nye, J.S. (2023). Soft power and great-power competition. Shifting stands in the balance of power between the United States and China. Springer, 207 p.

Petersen, I. haam, Kruss, G. (2021). Universities as change agents in resource-poor local settings: an empirically grounded typology of engagement models. *Technological Forecasting and Social Change*, 167: 120693.

Sharma, G., Dahlstrand, A. L. (2023). Innovations, informality, and the global south: A thematic analysis of past research and future directions. *Technology in Society*, 75: 102359.

Shen, H., Toth, E. (2013). Public relations master's education deliverables: How practitioners and educators view strategic practice curriculum. *Public Relations Review*, 39: 618-620.

Volk, S.C., Vogler, D., Fürst, S., Schäfer, M.S., Sörensen, I. (2023). Role conceptions of university communicators: A segmentation analysis of communication practitioners in higher education institutions. *Public Relations Review*, 49: 102339.

### **Сведения об авторах**

*Сухова Наталья Витальевна* – кандидат филологических наук, доцент, кафедра иностранных языков и коммуникативных технологий, Университет МИСИС; [suhova.nv@misis.ru](mailto:suhova.nv@misis.ru)

*Бондарева Лилия Владимировна* – кандидат политических наук, заведующий кафедрой иностранных языков и коммуникативных технологий, Университет МИСИС; [bondareva.lv@misis.ru](mailto:bondareva.lv@misis.ru)

*Sukhova Natalya V.* – PhD (Philology), associate professor, Department of Modern Languages and Communication, MISIS University; [suhova.nv@misis.ru](mailto:suhova.nv@misis.ru)

*Bondareva Lilia V.* – PhD (Political Science), Head of the Department of Modern Languages and Communication, MISIS University; [bondareva.lv@misis.ru](mailto:bondareva.lv@misis.ru)

УДК 659.4 ББК 60.54 ГРНТИ 04.81 ВАК 22.00.04, 5.9.9.

DOI: 10.24412/2949-2513-2023-30-124-137

Вотинцева О.Н.

Архангельск, Россия

**РАЗВИТИЕ ВНУТРИРОССИЙСКОЙ АКАДЕМИЧЕСКОЙ  
МОБИЛЬНОСТИ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА  
РЕАЛИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ПОДГОТОВКИ  
БАКАЛАВРОВ «РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»**

*Аннотация.* В статье рассматриваются вопросы развития внутрироссийской академической мобильности в рамках реализации образовательной программы 42.03.01 Реклама и связи с общественностью в сетевой форме совместно с федеральными университетами РФ.

*Ключевые слова:* сетевая форма реализации программы, внутрироссийская академическая мобильность.

Olga N.Votintseva

Arkhangelsk, Russia

**DEVELOPMENT OF INTRA-RUSSIAN ACADEMIC MOBILITY AS A  
TOOL FOR IMPROVING THE QUALITY OF IMPLEMENTATION OF  
THE BACHELOR EDUCATIONAL PROGRAM “ADVERTISING AND  
PUBLIC RELATIONS”**

*Abstract:* The article discusses the development of intra-Russian academic mobility as a tool of implementing the educational program 42.03.01 “Advertising

and Public Relations” as a network project of federal universities of the Russian Federation.

*Keywords:* network form of program implementation, intra-Russian academic mobility.

### **Постановка проблемы и обзор правовых документов**

Сегодня высшее образование в России характеризуется развитием разных форм сетевого взаимодействия по образовательным программам различного уровня: бакалавриат, магистратура, специалитет. Однако это не значит, что вузы ранее не сталкивались с подобным опытом. Это были практики реализации совместных программ или программ с двойными дипломами в основном по линии международного сотрудничества.

Основным нормативно-правовым документом, на основании которого осуществляется реализация образовательных программ в сетевой форме в высших учебных заведениях Российской Федерации, является ФЗ «Об образовании в Российской Федерации». В 2012 году в законе появились поправки. Так, в статье 15 настоящего закона уточняется, что «сетевая форма реализации образовательных программ обеспечивает возможность освоения обучающимся отдельных учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей), практики с использованием ресурсов нескольких организаций, осуществляющих образовательную деятельность, а также при необходимости с использованием ресурсов иных организаций. В реализации отдельных учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей), практики с использованием сетевой формы реализации образовательных программ наряду с организациями, осуществляющими образовательную деятельность, также могут участвовать научные организации, медицинские организации, организации культуры, физкультурно-спортивные и иные организации, обладающие ресурсами, необходимыми для осуществления образовательной деятельности по соответствующей образовательной программе» [Федеральный закон от 29.12.2012 №273-ФЗ]. В основном такая организация

обучения должна была коснуться практико-ориентированных дисциплин, так как появились все условия для консолидации достижений университетов и организаций, обладающих современными техническими средствами и ресурсами на уровне персонала для подготовки специалистов.

Обязательным условием начала реализации программы, согласно статье 15 этого же нормативно-правового документа, является заключенный между участниками сети договор. «Использование сетевой формы реализации образовательных программ осуществляется на основании договора, который заключается между организациями, в котором указываются основные характеристики образовательной программы, реализуемой с использованием такой формы, указываются также характеристики отдельных учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей), практики, иных компонентов, предусмотренных образовательными программами), выдаваемые документ или документы об образовании и (или) о квалификации, документ или документы об обучении, а также объем ресурсов, используемых каждой из указанных организаций, и распределение обязанностей между ними, срок действия этого договора» [Федеральный закон от 29.12.2012 №273-ФЗ]. Типовая форма договора утверждается Министерством науки и высшего образования РФ.

Важными для вузов являются финансовые инструменты регулирования сетевой программы. «Использование имущества государственных организаций организациями, осуществляющими образовательную деятельность, финансовое обеспечение которых осуществляется за счет бюджетных ассигнований федерального бюджета, при сетевой форме реализации образовательных программ осуществляется на безвозмездной основе, если иное не установлено договором о сетевой форме реализации образовательных программ [Федеральный закон от 29.12.2012 №273-ФЗ].

С момента внесения изменений в настоящий федеральный закон в 2012 году стали разрабатываться и обсуждаться модели сетевого взаимодействия.

Также возможность реализации образовательной программы в сетевой форме закрепляется в федеральных государственных образовательных стандартах высшего образования или самостоятельно установленных организацией стандартах.

Порядок организации и осуществления образовательной деятельности при сетевой форме реализации образовательных программ определяется приказом Министерства науки и высшего образования РФ от 05 августа 2020 г. «Сетевая образовательная программа в соответствии с договором о сетевой форме утверждается базовой организацией самостоятельно либо совместно с образовательной организацией-участником. В случае, когда сетевая образовательная программа утверждается базовой организацией самостоятельно, образовательная организация-участник разрабатывает, утверждает и направляет базовой организации для включения в сетевую образовательную программу рабочие программы реализуемых ею частей (учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей), практики, иных компонентов), а также необходимые оценочные и методические материалы. Освоение части сетевой образовательной программы в образовательной организации-участнике сопровождается текущим контролем и промежуточной аттестацией, проводимой в формах, определенных учебным планом сетевой образовательной программы, и в порядке, установленном образовательной организацией-участником» [*Приказ Министерства науки и высшего образования РФ от 05 августа 2020 г № 882/391*].

Третьим документом, регулирующим работу в рамках реализации сетевых программ, являются «Методические рекомендации по организации образовательной деятельности с использованием сетевых форм реализации образовательных программ», принятые еще в 2015 году Министерством образования и науки РФ» [*Методические рекомендации Министерства науки и высшего образования РФ*]. Здесь даны пояснения относительно нормативно-правового регулирования сетевых программ, определены условия и основания для их реализации. Ими же были закреплены варианты

и модели организации работы по сетевым программам. Вариантов имеется всего два: либо интеграция образовательных программ, то есть совместная разработка и внедрение, что касается напрямую ситуации с рассматриваемой в настоящей статье программой, или использование ресурсов другой организации, необязательно образовательной, она может даже не иметь лицензии на ведение образовательной деятельности. Интеграция предполагает полную синхронизацию учебных планов в части реализуемого модуля.

### **Результаты исследования**

В САФУ были согласованы и уточнены в 2016 году модели реализации сетевых программ. Модели сетевых программ различны. В рамках первого варианта возможны четыре модели: «Двойной диплом», «Ресурсный центр», «Партнерская сеть 1,2», «Горизонтальное взаимодействие». Если это программа «двойного диплома», то вузы должны согласовать все компоненты образовательной программы, соблюдать единый учебный план, а выпускникам выдавать документы о высшем образовании и о квалификации каждым из университетов, участвующим в сети. Абитуриенты также одновременно зачисляются в два вуза-участника сети. Если это модель «Ресурсный центр», то здесь прежде всего речь идет об использовании двумя вузами ресурсов друг друга при реализации совместных модулей, поэтому онлайн или офлайн мобильность обязательна. Партнерская сеть 1 отличается от партнерской сети 2 тем, что в первом случае обучающиеся сами формируют индивидуальные траектории обучения, а во втором случае последовательность изучения дисциплин, модулей зафиксирована учебными планами вузов. Горизонтальная модель не предусматривает обязательной академической мобильности как онлайн, так и офлайн. Все три модели, кроме двойного диплома, предполагают обязательное зачисление абитуриента по результатам конкурсного отбора в один базовый вуз, но на образовательную программу, реализуемую в сетевой форме.



В Северном (Арктическом) федеральном университете сетевые программы также регулируются Положением, принятым всеми участниками сетей в вузе.

На уровне федеральных университетов вся работа по нормативно-правовому регулированию сетевых программ закреплена в таком документе как «Положение об организации сетевых образовательных программ в федеральных университетах». В нем вузы уточнили применение на уровне организуемого ими сетевого взаимодействия всех принятых министерством документов. Также ими было создано «Положение о совете сетевых образовательных программ в федеральных университетах», есть «Порядок организации образовательного процесса по сетевым образовательным программам магистратуры в федеральных университетах». Был уточнен в связи с потребностями вузов и проект типового договора о сетевой форме реализации образовательных программ, разработаны соглашения с обучающимися.

Развитие сетевой формы взаимодействия в образовательной сфере между вузами стало основой для сотрудничества в научной сфере.

#### **Кейс реализации сетевой образовательной программы 42.03.01 Реклама и связи с общественностью в Северном (Арктическом) федеральном университете имени М.В. Ломоносова**

Основная профессиональная образовательная программа 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» реализуется в Северном (Арктическом) федеральном университете имени М.В. Ломоносова и является сетевой с 2014 года.

До 2019 года во внутрироссийской академической мобильности участвовали три федеральных университета-партнера. Кроме САФУ, Балтийский федеральный университет имени И. Канта и Северо-Восточный федеральный университет имени М.К. Аммосова. С 2018 года программа реализуется только в партнерстве с СВФУ им. М.К. Аммосова.

Студенты наборов 2011-2018 гг. из СВФУ изучали в САФУ дисциплины модуля «Коммуникационные модели в брендинге территорий», а студенты из САФУ изучали в СВФУ курсы, связанные технологиями социального PR и социального проектирования.

На старте реализации в 2014 году, когда было три участника сети, Северный (Арктический) федеральный университет им. М.В. Ломоносова – руководитель сети; Балтийский федеральный университет им. И. Канта, Северо-Восточный федеральный университет им. М.К. Аммосова, программа реализовалась по модели «Партнерская сеть 1». Студент мог изучить сетевые модули в нескольких семестрах в разных вузах. В обменные модули учебных планов университетов-партнеров были включены следующие дисциплины:

- Геобрендинг в системе PR (БФУ);
- Использование регионального искусства в создании рекламного продукта; АРТ-технологии в продвижении территории; Принципы создания и роль креативного городского пространства в продвижении территории (САФУ);
- PR в социальной сфере; Реклама и PR в социальных сетях; Связи с общественностью в социальной сфере (СВФУ).

В рамках летней школы по геобрендингу студенты САФУ и СВФУ изучали в БФУ соответствующий модуль. К преподаванию этого модуля были привлечены не только преподаватели БФУ, но и сотрудники Европейского института PR (Париж), Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова. В осеннем семестре студенты БФУ изучали в САФУ предлагаемый им модуль. В весеннем семестре обучающиеся БФУ и САФУ выезжали в СВФУ для изучения предлагаемых вузом курсов.

В ходе подготовки курсов использовались новые научные работы по социологии города, креативности, продвижению креативных пространств, взаимовлиянию рекламы и искусства. При реализации модулей применялись технологии процессной педагогики и дизайн-мышления. К преподаванию

САФУ привлекал не только преподавателей профильной кафедры, но и сотрудников рекламных агентств, других профильных структурных подразделений организаций. Учебные занятия проводились как в аудиториях университета, так и креативных пространствах города. Так работали в течение почти четырех лет, до 2018 года.

Цель программы – актуализировать теоретические и практические знания по коммуникационным технологиям с учетом особенностей развития территорий, на которых располагаются вузы-партнеры, что способствует укреплению компетенций обучающихся.

Задачи программы:

1. Адаптация студентов в образовательной и профессиональной среде другого региона РФ. В процессе изучения дисциплин обменного модуля, обучающиеся осваивают конфигурацию рынка маркетинговых услуг в другой республике РФ.

2. Расширение границ информированности обучающихся об имеющихся образовательных и практических технологиях, которые применяются в разных вузах.

3. Знакомство с особенностями территории, где располагается вуз-партнер, ее брендами, технологиями их продвижения.

4. Применение новых технологий при написании ВКР и реализации проектов по продвижению собственных территорий.

Особенностью реализации образовательной программы 42.03.01 Реклама и связи с общественностью в сетевой форме является использование сразу обоих вариантов осуществления обучения, предусмотренных методическими рекомендациями по организации образовательной деятельности с использованием сетевых форм реализации образовательных программ Министерства образования и науки РФ. Первый вариант – это интеграция программ, совместная разработка и внедрение на уровне двух федеральных университетов, в результате которых сформирован идентичный модуль из четырех обменных дисциплин в обоих вузах: «АРТ-технологии в

продвижении территорий», «Информационная политика в Арктическом регионе», «Социальная реклама и PR», «Межкультурные коммуникации в Арктическом регионе».

Второй вариант – заключение договора с организацией на уровне использования ее ресурсов, при этом она не является научно-образовательной. Этим важным направлением сетевого сотрудничества с 2023 года стало взаимодействие с профильной организацией в части организации практической подготовки. Было подписано соглашение с обществом с ограниченной ответственностью «Агентство «Правда Севера». Согласно документу, два вида практики обучающихся на втором и третьем курсах (учебная практика, проектная практика и производственная практика, проектно-технологическая практика) реализуются в течение года параллельно с учебными занятиями по расписанию на базе профильной организации.

Согласно договору с этой организацией, образовательная деятельность осуществляется при соблюдении следующих главных условий: кадровая, учебно-методическая, материально-техническая обеспеченность образовательной программы на базе предприятия в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта и образовательного стандарта высшего образования, самостоятельно установленного САФУ. Использование САФУ ресурсов Организации осуществляется на безвозмездной основе. **Организация предоставляет ресурсы, необходимые для обучения студентов. Это имеет большое значение для овладения обучающимися будущей профессией. На базе информационных агентств, телеканала они имеют возможность создавать современные медиапродукты.** В период реализации образовательной программы стороны взаимно используют имущество друг друга для организации образовательного процесса в соответствии с утвержденной образовательной программой. Предоставляемые организацией в рамках данного договора ресурсы для организации образовательного

процесса учитываются при оценке материально технической базы САФУ. **Каждая из сторон обеспечивает взаимное содействие в вопросах кадрового обеспечения деятельности сторон по договору.**

Алгоритм реализации программы в учебном году в обоих случаях идентичен:

1. Подписание договоров между вузами-участниками сети о сетевой форме реализации образовательной программы. В договоре указываются дисциплины из учебных планов федеральных университетов, которые студенты будут изучать в ходе реализации академической мобильности, количество зачетных единиц по каждому курсу и формы контроля.

2. Определение периода реализации обучения.

3. Актуализация рабочих программ. Определяются зачетные единицы, осваиваемые студентами в очной и дистанционной форме.

4. Оформление и подписание договоров на обучение со студентами из вуза-партнера.

5. Оформление справок о результатах обучения и реализуемом периоде обучения после завершения освоения курсов.

Студенты наборов 2019-2023 гг. из СВФУ изучают в САФУ арт-технологии в продвижении территории и информационную политику Арктического региона. В рамках курса «АРТ-технологии в продвижении территории» обучающиеся осваивают сильные и находящиеся на этапе формирования новые региональные бренды в сфере культуры и искусства, а также рассматривают то, как используется региональное искусство в разных направлениях субъектами в привлечении аудитории, т.е. в рекламной, PR-деятельности. Дисциплина «Информационная политика в Арктическом регионе» дает четкое представление об основных субъектах информационной политики, ключевых ее направлениях, которые зависят от нормативно-правовой базы, определяющей развитие этих территорий, аудиториях, стабильно имеющих интерес к информации экономического, инвестиционного и другого характера. Студенты САФУ в СВФУ

продолжают осваивать курсы, связанные технологиями социального PR и социального проектирования. Республика Саха отличается развитой системой некоммерческих организаций, также по сравнению с Архангельской областью бизнес-субъекты на данной территории имеют стабильную большую социальную нагрузку. Поэтому данная территория дает большие возможности для изучения социального PR.

Данные модули в учебных планах вузов относятся к блокам ДПВ, что позволяет студентам выбирать для изучения в одном модуле дисциплины, реализуемые в разных университетах.

Преподавателями активно применяются такие образовательные технологии как проектная, кейс-стади из реальной практики регионов.

### **Выводы**

Реализация практикоориентированного подхода позволяет привлекать к обучению студентов не только сотрудников вузов-партнеров, но и представителей работодателей, имеющих большой опыт профессиональный и руководящей работы в сфере рекламы и связей с общественностью. В частности, владельцы и опытные специалисты рекламных и PR-агентств, дизайнеры рекламы и другие. Таким образом, теоретическая база актуализируется при анализе брендов разных регионов.

В среднем ежегодно в академической мобильности принимают участие от 7 до 10 студентов от одного вуза-партнера, в некоторые учебные годы был возможен охват половины курса студентов.

Таким образом, реализация образовательной программы в сетевой форме с вузом и профильной организацией способствует повышению качества обучения.

### **Библиография**

Федеральный закон от 29.12.2012 №273-ФЗ (ред. от 04.08.2023) «Об образовании в Российской Федерации» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.09.2023 г.)

Приказ Министерства науки и высшего образования РФ от 05 августа 2020 г № 882/391 «Об организации и осуществлении образовательной деятельности при сетевой форме реализации образовательных программ» (с изменениями и дополнениями)

Методические рекомендации Министерства науки и высшего образования РФ по организации образовательной деятельности с использованием сетевых форм реализации образовательных программ» (утв. 2015 г.)

Положение о совете сетевых образовательных программ в федеральных университетах (утв. 2016 г.)

Порядок организации образовательного процесса по сетевым образовательным программам магистратуры в федеральных университетах (утв. 2016 г.)

*Веснина Е.Б., Гусева А.И.* Модели взаимодействия организаций при сетевой форме реализации образовательных программ// Современные проблемы науки и образования. 2013. №6

*Чучалин А.И., Петровская Т.С., Чернова О.С.* Сетевое взаимодействие образовательных программ высшего и среднего профессионального образования при реализации программ прикладного бакалавриата// Высшее образование в России. 2013. №11. С.3-10

*Дождиков А.В.* Государственная аккредитация программ высшего образования, реализуемых в сетевой форме//Высшее образование в России. 2015. №6. С.11-19

*Клемешев А.П., Кукса И.Ю.* Управление образовательными программами как фактор модернизации университета//Высшее образование в России. 2016. №5. С.10-20

*Бугаенко О.Д., Чичерина Н.В.* Модели основных образовательных программ высшего образования, реализуемых в сетевой форме//Высшее образование в России. 2016. №10. С. 28-35

Положение об электронном обучении и дистанционных образовательных технологиях в ФГАОУ ВО «Северный (Арктический) федеральный университет имени М.В. Ломоносова

Положение о разработке основной профессиональной образовательной программы в ФГАОУ ВО «Северный (Арктический) федеральный университет имени М.В. Ломоносова

## References

Federal'nyy zakon «Ob obrazovanii v Rossiyskoy Federatsii» [The Federal Law “About education in the Russian Federation”] dated 29.12.2012 №273-FZ.

Prikaz Ministerstva nauki i vysshego obrazovaniya RF o«Ob organizatsii i osushchestvlenii obrazovatel'noy deyatel'nosti pri setevoy forme realizatsii obrazovatel'nykh programm» [The decree of the Ministry of Science and Higher Education of the Russian Federation “About organization and implementation of education practices in partnership format of education programs] dated 05.08.2020 № 882/391

Metodicheskiye rekomendatsii Ministerstva nauki i vysshego obrazovaniya RF po organizatsii obrazovatel'noy deyatel'nosti s ispol'zovaniyem setevykh form realizatsii obrazovatel'nykh programm» [The methodological recommendations of the Ministry of Science and Higher Education of the Russian Federation for education practices in partnership format of education programs] (approved in 2015).

The statute of academic partnership program council in federal universities [Polozheniye o sovete setevykh obrazovatel'nykh programm v federal'nykh universitetakh] (approved in 2016)

Poryadok organizatsii obrazovatel'nogo protsessa po setevym obrazovatel'nym programmam magistratury v federal'nykh universitetakh [The arrangement procedure of education process in partnership format for master programs organization in federal universities] (approved in 2016).

Vesnina Ye.B., Guseva A.I. (2013) Modeli vzaimodeystviya organizatsiy pri setevoy forme realizatsii obrazovatel'nykh program [Interaction models of organisations within partnership format of education programs]. In: *The modern issues of science and education* [Sovremennyye problemy nauki i obrazovaniya]. Vol. 6.

Chuchalin A.I., Petrovskaya T.S., Chernova O.S. (2013) Setevoye vzaimodeystviye obrazovatel'nykh programm vysshego i srednego professional'nogo obrazovaniya pri realizatsii programm prikladnogo bakalavriata [Network interaction of middle and higher professional education programs in implementation of applied bachelor's degree programs]. In: *Vyssheye obrazovaniye v Rossii* [Higher education in Russia]. Vol. 11. Pp. 3-10.

Dozhdikov A.V. (2015) Gosudarstvennaya akkreditatsiya programm vysshego obrazovaniya, realizuyemykh v setevoy forme [State accreditation of higher education programs implemented in partnership format]. In: *Vyssheye obrazovaniye v Rossii* [Higher education in Russia]. Vol. 6. Pp. 11-19.

Klemeshev A.P., Kuksa I.YU. (2016) Upravleniye obrazovatel'nymi programmami kak faktor modernizatsii universiteta [Education programs management as a factor of university modernization]. In: *Vyssheye obrazovaniye v Rossii* [Higher education in Russia]. Vol.5. Pp. 10-20.

Bugayenko O.D., Chicherina N.V. (2016) Modeli osnovnykh obrazovatel'nykh programm vysshego obrazovaniya, realizuyemykh v setevoy forme [Models of basic higher



education education programs implemented in partnership format]. In: *Vyssheye obrazovaniye v Rossii* [Higher education in Russia]. Vol.10. Pp. 28-35.

Polozheniye ob elektronnom obuchenii i distantsionnykh obrazovatel'nykh tekhnologiyakh v FGAOU VO «Severnyy (Arkticheskiy) federal'nyy universitet imeni M.V. Lomonosova [The statute of elearning and elearning technologies at Northern (Arctic) Federal University (NArFU) named after M.V. Lomonosov].

Polozheniye o razrabotke osnovnoy professional'noy obrazovatel'noy programmy v FGAOU VO «Severnyy (Arkticheskiy) federal'nyy universitet imeni M.V. Lomonosova [The statute of basic higher education education programs development in Northern (Arctic) Federal University (NArFU) named after M.V. Lomonosov].

### **Сведения об авторе**

*Вотинцева Ольга Николаевна* – кандидат филологических наук, доцент, заведующий кафедрой журналистики, рекламы и связей с общественностью ФГАОУ ВО «Северный (Арктический) федеральный университет имени М.В. Ломоносова; o.votinceva@narfu.ru.

*Votintseva Olga N.* – Candidate of Philological Sciences, Associate Professor, Head of the Department of Journalism, Advertising and Public Relations of the Northern (Arctic) Federal University named after M.V. Lomonosov; o.votinceva@narfu.ru.

**ТЕХНОЛОГИИ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С  
ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

Медведева М.В.

Санкт-Петербург, Россия

## **РИСКИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ НЕЙРОСЕТЕВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В КОММУНИКАЦИЯХ МОЛОДЕЖИ**

*Аннотация.* В статье представлен качественный анализ литературы по рискам использования нейросетевых технологий в коммуникациях молодежи, а также дана их классификация. Исследование было нацелено на изучение проблематики рисков от использования нейросетевых технологий в коммуникациях современной молодежи. Значительный массив современных исследований оставляет проблематику рисков «за скобками» и больше сконцентрирован на возможностях, которые искусственный интеллект и нейросети могут дать. В результате проделанной работы были выделены манипулятивные, репутационные риски и риски, связанные с социальной напряжённостью. Кроме того, отдельно выделены риски будущие, которые ещё не указаны подробно, но многие авторы обращают внимание на то, что с развитием технологий они непременно будут появляться.

*Ключевые слова:* нейросети, массовые коммуникации, молодежь, медиаграмотность, общественное мнение.

Maria V. Medvedeva

St.Petersburg, Russia

## **RISKS OF USING NEURAL NETWORK TECHNOLOGIES IN YOUTH COMMUNICATIONS**

*Abstract.* The article presents a qualitative analysis of the literature on risks of using neural network technologies in youth communications, as well as their classification. The research was aimed at studying the risks caused by the use of neural network technologies in the communications of modern youth. Most of the time the issue of risks is left beyond the scope of investigations which are primarily focused on the opportunities that artificial intelligence and neural networks can provide. The paper identifies manipulative, reputational risks and risks associated with social tension. In addition, future risks, which have not so far been specified in detail, are singled out specifically. Many authors pay attention to the fact that with the development of technologies the risks of this kind will inevitably appear.

*Keywords:* neural networks, mass communications, youth, media literacy, public opinion.

### **Постановка проблемы**

Тема искусственного интеллекта и нейросетей на сегодняшний день одна из самых обсуждаемых, как в медийном поле, так и в научных кругах. Однако важный вопрос о рисках использования технологий искусственного интеллекта молодежью, которая в настоящее время является их основным пользователем, до сих пор не получил должного рассмотрения.

Частным и наиболее популярным на сегодня способом реализации этих технологий являются нейросети. Молодое поколение в свою очередь использует их особенно активно. Согласно исследованиям ВЦИОМ, типичный россиянин, одобряющий использование нейросети сегодня – это мужчина возрастной категории от 18 до 24 лет или от 25 до 34 лет с высшим образованием и активно использующий Интернет [ВЦИОМ, 2023]. С

большой долей вероятности можно говорить, что он хотя бы раз использовал искусственный интеллект или нейросети для решения своих задач.

Примечательно, что именно молодежь – активный пользователь искусственного интеллекта, но при этом она сегодня может совершенно не задумываться о существовании медиаграмотности и иногда не обладать медиакомпетентностью. Проблема, конечно, не нова, однако, в разрезе возможностей искусственного интеллекта приобретает, возможно, большой вес. Согласно нашим исследованиям значение индекса MLAI (осведомлённости о медиаграмотности) для России составляет всего лишь 5,4 из 9 максимальных [Медведева, 2022]. Это больше половины, что в целом не так много, особенно, если принять во внимание то, что медиаграмотность – это только первый уровень, не подразумевающий глубоких навыков, а только указывающий на то, что индивид осведомлен о ней.

Что это может повлечь за собой? Вполне логично, что люди, не обладающие навыками медиаграмотности или владеющие ими на низком уровне, могут стать жертвой разного рода манипуляций в рамках различного рода коммуникаций, создаваемых именно при помощи искусственного интеллекта или нейросетей. Они также могут не отличить созданную (придуманную) нейросетью информацию от действительно существующих фактов, особенно если у них нет привычки к фактчекингу.

В масштабе отдельного индивида проблема, возможно, не кажется такой уж и глубокой, особенно если он не наделён властью или как минимум не использует данные от нейросети в своей профессиональной деятельности. Другое дело, если он наделён властью и является, например, молодёжным политическим лидером или готовит материалы для того, кто наделён властью. В этом случае можно говорить о том, что информация, создаваемая при помощи искусственного интеллекта, может быть использована для введения в заблуждение масс, при этом не всегда со злым умыслом, а фактически по воле случая, из-за низкого уровня медиаграмотности молодёжного политического лидера.

В руках же специалистов искусственный интеллект в целом и нейросети, в частности, могут быть использованы как инструмент по созданию дипфейков, от которых вообще мало кто может защититься самостоятельно. Исследователи сходятся во мнении, что именно фейки, созданные при помощи нейросетей довольно затруднительно распознать в силу их аутентичности и приближенности к реальности [Фалалеев, Ситдикова, Нечай, 2021]. Кроме того, ситуацию усугубляют такие факторы, как скорость распространения информации в современном мире, которая фактически мгновенна благодаря новым технологиям, слабая восприимчивость людей к информации, противоречащей их убеждениям, а также эмоциональное воздействие на человека со стороны СМИ [Смирнов, 2019].

Таким образом, очевидно, что использование искусственного интеллекта влечет за собой риски, особенно для молодого поколения, поскольку последнее в силу возраста ещё не защищено личным опытом и не имеет навыков медиаграмотности и медиакомпетентности. Такие риски могут провоцировать различные последствия, в том числе и в сфере медиакоммуникаций всех уровней, как локальных, так и глобальных, в зависимости от масштаба применения технологий искусственного интеллекта, а также аудитории воздействия.

### **История и обзор литературы**

Проблематика искусственного интеллекта, в целом, в научной литературе не нова и разрабатывается достаточно давно. Начало теории нейронных сетей положила работа американских нейрофизиологов У. Маккалока и У. Питтса ещё в 1943 году. Однако это была лишь математическая концептуализация и разработка алгоритма, которая только позднее оформилась в отдельную концепцию в нейрофизиологии и нашла воплощение в конкретном работающем продукте – программном обеспечении, имитирующем алгоритмы работы человеческого мозга,

который мы сегодня называем «искусственный интеллект», а на бытовом уровне – «нейросети», [Большая российская энциклопедия, 2017].

Чуть позднее Европейский Парламент начинает задумываться об ограничении использования искусственного интеллекта и нейросетей на территории ЕС, в частности, в связи с относительно невысоким уровнем медиаграмотности населения. Согласно мониторингам большинству граждан Европы не хватает базовых цифровых навыков. [Европейский парламент, 2023]. Эта тема до сих пор остаётся в проработке и, возможно, в ближайшем будущем мы увидим законодательно принятый документ, так или иначе описывающий риски, возникающие при обращении с искусственным интеллектом в целом и нейросетями, в частности.

В России в 2019 году для регулирования деятельности искусственного интеллекта была принята соответствующая стратегия до 2030 года, в рамках которой искусственный интеллект понимается как «комплекс технологических решений, позволяющий имитировать когнитивные функции человека (включая самообучение и поиск решений без заранее заданного алгоритма) и получать при выполнении конкретных задач результаты сопоставимые с результатами интеллектуальной деятельности человека» [Национальная стратегия развития искусственного интеллекта на период до 2030 года]. Данный документ отмечает довольно важное значение искусственного интеллекта для развития российского общества и положительно характеризует возможности, которые он открывает для человека.

Однако текст совершенно не говорит о рисках использования ИИ, особенно молодежью. Этот аспект, вероятно, был ещё недостаточно изучен на момент принятия стратегии, кроме того, свою роль сыграл общий энтузиазм, с которым воспринималось всё, что было связано с искусственным интеллектом в то время. В любом случае уже совсем в скором времени можно будет говорить о необходимости принятия более актуальной стратегии по данному направлению.

Что касается использования искусственного интеллекта молодежью, в стратегии об этом вообще ничего не сказано, основной акцент ставится на поощрении различных технологических разработок. Научная литература по данной проблематике фрагментарна. Сам феномен искусственного интеллекта в некотором роде всё еще продолжает осмысливаться в гуманитарных науках.

Рассмотрим некоторые научные работы, представляющие интерес для более детального описания проблематики рисков.

Примечательно в этой связи исследование роли влияния искусственного интеллекта на формирование мировоззрения молодежи. Н. М. Печенкин и В. Э. Туриев на основе эмпирических исследований в 2022 году пришли к выводу, что роль искусственного интеллекта и нейросетей увеличивается. Кроме того они отмечают и позитивные меры: «Среди ключевых потенциалов развития технологий искусственного интеллекта и нейросетей в аспекте их влияния на мировоззренческую картину человека были выделены создание информационного щита для недопущения деструктивных идей, персонализация контента и, как следствие, погружение в персональную виртуальную реальность, а также увеличение масштаба охвата аудитории» [Печенкин, Туриев, 2023: 14]. Здесь также можно отметить, что возможные риски и другие негативные факторы как бы «выведены за скобки» или на них не сделан акцент в рамках исследования. Нельзя не подчеркнуть, что сама молодежь довольно оптимистично смотрит на искусственный интеллект, особо не ощущая опасности со стороны чего-то нового [Пинчук, Тихомиров, 2019].

Другой автор, Н. С. Ладыжец, в работе 2023 года довольно подробно описывает историю развития ChatGPT – чат-бота на основе искусственного интеллекта. Автор довольно подробно описывает риски, связанные с использованием ИИ, и пути их предотвращения. Одним из первых и наиболее значимых указан именно риск неправильного или злонамеренного использования ИИ с целью манипуляции общественным мнением или



нарушения прав человека, в том числе в рамках медиакоммуникаций; при этом в качестве средства борьбы автором предложено создание всевозможных этических кодексов и т.д. [Ладыжце, 2023]. Однако в этом исследовании молодёжь также не является центром внимания.

Описывая риск злонамеренного использования искусственного интеллекта в контексте молодежи, исследователи указывают на фактическое отсутствие контроля за искусственным интеллектом и информацией, которую он создаёт (в частности и от имени государства). Все это, в конечном счёте, может привести к антиобщественным и даже террористическим последствиям. И именно молодёжь может оказаться максимально подвержена влиянию [Магомедов, 2022].

Исследователь К. Б. Мухамадиева обращает внимание на то, что нейросети и программные продукты, разработанные с использованием искусственного интеллекта, сегодня создают своеобразный риск подрыва частной жизни молодежи. Например, компании, создавая тот или иной продукт, не всегда чётко очерчивают, как именно они используют данные пользователей, где они хранятся и где могут всплыть потом. В таких случаях на первый план выходят вопросы, связанные с предвзятостью, безопасностью и конфиденциальностью и пр., особенно актуальные в рамках личных коммуникаций молодых людей.

Ещё одна важная проблема, на которой автор делает акцент - это разделение общества по причине цифрового неравенства: у молодежи в разных регионах неодинаковый доступ к Интернету, нейросетям и т.д, что в свою очередь может создавать в мире будущего определённое интеллектуальное неравенство [Мухамадиева, 2021].

### **Описание методики исследования**

В рамках исследования мы провели качественный разбор литературы по проблематике рисков использования искусственного интеллекта в медиакоммуникациях молодежи, а также составили небольшую

классификацию тех рисков, которые чаще всего встречаются в разных исследованиях.

В процессе поиска литературы по теме мы использовали материалы законодательных баз России и Европейского союза, а также научную литературу электронных библиотек, таких как Elibrary и КиберЛенинка. Для нас представляли интерес источники, которые, так или иначе, описывали возможности, риски или механику работы с искусственным интеллектом. В них мы искали упоминания о рисках непосредственно для молодежи и смотрели на них через призму медиакоммуникаций. Мы также искали документы по прямым запросам (нейросети и молодежь, искусственный интеллект и молодежь).

Далее при изучении упоминаний в источниках мы классифицировали их на позитивные и негативные непосредственно в описании нейросетей и искусственного интеллекта. Большинство позитивных пришлось отметить ввиду очевидного отсутствия упоминания рисков вообще.

Затем при более детальном знакомстве с оставшимися источниками мы отдельно выписали риски и подразделили их следующим образом. Мы выделили манипулятивные, репутационные риски, риски, связанные с повышением социальной напряженности, и риски будущего, которые в текущее время довольно непросто спрогнозировать, но о них также уже косвенно говорится в некоторых источниках.

### **Результаты исследования**

Значительное количество исследований, проанализированных нами на предмет рисков, связанных с использованием искусственного интеллекта молодежью, показало, что многие авторы довольно позитивно относятся к проблематике и тема рисков фактически не фигурирует (даже в Национальной стратегии). Тем не менее, они существуют, и некоторые авторы отмечают их.

Одним из самых часто упоминаемых рисков является риск использования искусственного интеллекта для манипулирования, в том числе

мнением молодежи. Уже ни для кого не секрет, что сегодня существует значительное количество нейросетей, технологий и программных продуктов, использующих искусственный интеллект. Дипфейки и дезинформация, которую они создают, отличаются от фейков, созданных человеком, высоким «качеством»; их довольно трудно отличить от информации о реальных фактах. Но это всего лишь один из наиболее очевидных примеров того, какой риск могут представлять нейросети и искусственный интеллект в контексте медиакommunikаций молодежи.

Другая категория рисков – это риски, связанные с приватностью, конфиденциальностью и использованием персональных данных. Для молодого поколения этот риск, наверное, представляет отдельную опасность в связи с тем, что: а) они – наиболее активные пользователи искусственного интеллекта и оставляют там довольно много персональных данных; б) никто не знает, как эти данные могут быть использованы в дальнейшем, как правило пользователи не дают себе труда вникнуть, как именно различные соглашения регламентируют их использование. Это всё в свою очередь создаёт определённые репутационные риски или риски использования персональных данных против самих пользователей, в том числе и в рамках различных коммуникативных ситуаций.

Ещё одной достаточно большой категорией являются риски, связанные с повышением социальной напряжённости. Неравный доступ к технологиям ИИ может порождать социальное разделение среди молодого поколения. В силу цифрового неравенства в разных регионах молодежь неодинаково использует программные продукты на основе искусственного интеллекта.

К этой категории также можно отнести риски, связанные с отсутствием контроля со стороны государства за нейросетями, которые способны создавать не только дипфейки, но и вовлекать молодежь в разного рода деструктивные отношения, коммуникации и организации, например, секты или экстремистские организации, что, в свою очередь, также может провоцировать создание социальной напряжённости. Если смоделировать

ситуацию, то, вероятно, первоначально напряжённость будет проявляться именно в коммуникационном поле, а затем может вылиться в реальные беспорядки и, возможно, даже акции протеста.

И наконец, отдельную категорию составляют риски, обусловленные дальнейшим развитием технологий, или будущие риски. Мы связываем их прежде всего с молодежью как самой продвинутой в ИИ категорией населения. Не стоит также забывать, что для последующих поколений цифровой мир будет всё более первичен. Уже сейчас многие исследователи говорят о том, что социализацию молодежь во многом проходит в цифровом пространстве.

### **Перспективы дальнейшей исследовательской работы**

Отмечая перспективы дальнейшей исследовательской работы, можно сказать, что последующее описание и разработка темы рисков использования искусственного интеллекта в медиакоммуникациях молодежи будет в значительной степени связана именно с развитием технологий и научно-техническим прогрессом. При этом следует отметить, что появление новых рисков и вызовов, к сожалению, неизбежно.

Отдельную тему для исследований могут представлять риски использования искусственного интеллекта в медиакоммуникациях молодежи различных поколений, поскольку они могут быть неодинаковы. Подобные исследования могут быть проведены эмпирическими методами в рамках фокус-групп или социологических опросов.

В-третьих, выявленная нами на основе изучения литературы по теме классификация, вероятно, неидеальна и нуждается в доработке и уточнении, возможно, в рамках экспертных интервью или посредством других эмпирических методов.

### **Библиография**

Большая российская энциклопедия: [в 35 т.] / гл. ред. Ю. С. Осипов. М.: Большая российская энциклопедия, 2004—2017.

*Ладыжец Н.С.* Социальные аспекты управления рисками и возможностями опережающего развития нейростей // Вестник Удмуртского университета. 2023. № 7 (5). С.189- 197.

Национальная стратегия развития искусственного интеллекта на период до 2030 года // Официальный интернет-портал правовой информации. Дата размещения 11.10.2019. Дата обращения 19.11.2023. URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001201910110003?index=4>

Нейросети и человек: начало пути // ВЦИОМ. Дата размещения 5.04.2023. Дата обращения 28.10.2023. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/neiroseti-i-chelovek-nachalo-puti>

*Смирнов А. А.* «Глубокие фейки». Сущность и оценка потенциального влияния на национальную безопасность. // Журнал «Свободная мысль». 2019. № 5. С. 63-84.

*Магомедов М.Н.* Возможности использования инфокоммуникационных технологий в сфере противодействия терроризму // Пробелы в российском законодательстве. 2022. № 15 (4). С.141-144.

*Медведева М. В.* Медакомпетентность как компонент политической культуры молодежи России. Диссертация канд. Пол. Наук. Санкт-Петербург, 2022. – 693с.

*Мухамадиева К. Б.* Искусственный интеллект в развитии молодежи // Образование и проблемы развития общества. 2021. №.2 (15). С. 27-33.

*Печенкин Н. М., Туриев В. Э.* Формирование мировоззрения молодёжи в цифровой среде // Социальные и гуманитарные знания. 2023. №.9. С.6-17.

*Пинчук А.Н., Тихомиров Д. А.* О взаимодействии человека и искусственного интеллекта: новая социальная реальность в представлении московских студентов // Знание. Понимание. Умение. 2019 № 3 С.85-93.

*Фалалеев М.А., Ситдикова Н.А, Нечай Е.Е.* Дипфейк, как феномен политической коммуникации // Вестник Забайкальского государственного университета. 2021. №.27(6). С. 101-106.

Shaping the digital transformation: EU strategy explained // European Parliament. Дата размещения 22.04.2021. Дата обращения 19.11.2023. URL: <https://www.europarl.europa.eu/news/en/headlines/society/20210414STO02010/shaping-the-digital-transformation-eu-strategy-explained>

## References

Bol'shaya rossijskaya enciklopediya [Great Russian Encyclopedia]: [v 35 t.] / gl. red. YU. S. Osipov. M.: Bol'shaya rossijskaya enciklopediya, 2004—2017.

Ladyzhec N.S. (2023) Social'nye aspekty upravleniya riskami i vozmozhnostyami operezhayushchego razvitiya nejrostej [Social aspects of managing risks and opportunities for advanced neurodevelopment]. In: *Vestnik Udmurtskogo universiteta* 7 (5):189-197.

Nacional'naya strategiya razvitiya iskusstvennogo intellekta na period do 2030 goda [National strategy for the development of artificial intelligence for the period until 2030]. At: Oficial'nyj internet-portal pravovoj informacii. URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001201910110003?index=4> (accessed: 19.11.2023)

Nejroseti i chelovek: nachalo puti [Neural networks and humans: the beginning of the journey]. At: VCIOM. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/neiroseti-i-chelovek-nachalo-puti> (accessed: 28.10.2023)

Smirnov A. A. (2019) «Glubokie feyki». Sushchnost' i ocenka potencial'nogo vliyaniya na nacional'nuyu bezopasnost' ["Deep fakes." Nature and assessment of potential impact on national security.]. In: *ZHurnal «Svobodnaya mysl'»* 5: 63-84.

Magomedov M.N. (2022) Vozmozhnosti ispol'zovaniya infokommunikacionnyh tekhnologij v sfere protivodejstviya terrorizmu [Possibilities of using infocommunication technologies in the field of countering terrorism] In: *Probely v rossijskom zakonodatel'stve* 15 (4):141-144.

Medvedeva M. V. (2022) Medakompetentnost' kak komponent politicheskoy kul'tury molodezhi Rossii [Medical competence as a component of the political culture of Russian youth.] Sankt-Peterburg.

Muhamadiyeva K. B. (2021) Iskusstvennyj intellekt v razvitii molodezhi [Artificial Intelligence in Youth Development ]. In: *Obrazovanie i problemy razvitiya obshchestva* 2(15): 27-33.

Pechenkin N. M., Turiev V. E. (2023) Formirovanie mirovozzreniya molodyozhi v cifrovoj srede [Forming the worldview of young people in the digital environment]. In: *Social'nye i gumanitarnye znaniya* 9:6-17.

Pinchuk A.N., Tihomirov D. A. (2019) O vzaimodejstvii cheloveka i iskusstvennogo intellekta: novaya social'naya real'nost' v predstavlenii moskovskih studentov [About the interaction between man and artificial intelligence: a new social reality in the minds of Moscow students]. In: *Znanie. Ponimanie. Umenie.* 3: 85-93.

Falaleev M.A., Sitdikova N.A, Nechaj E.E. (2021) Dipfejk, kak fenomen politicheskoy kommunikacii [Deepfake as a phenomenon of political communication]. In: *Vestnik Zabajkal'skogo gosudarstvennogo universiteta* 27(6): 101-106.

Shaping the digital transformation: EU strategy explained. At: European Parliament.  
URL: <https://www.europarl.europa.eu/news/en/headlines/society/20210414STO02010/shaping-the-digital-transformation-eu-strategy-explained> (accessed: 19.11.2023)

### **Сведения об авторе**

*Медведева Мария Владимировна* – кандидат политических наук, ассистент института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций», Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Россия; [m.medvedeva@spbu.ru](mailto:m.medvedeva@spbu.ru)

*Medvedeva Maria V.* – PhD in Political Sciences, assistant at the Institute “Higher School of Journalism and Mass Communications”, St. Petersburg State University, St. Petersburg, Russia; [m.medvedeva@spbu.ru](mailto:m.medvedeva@spbu.ru)

Панасенко С.В.

Москва, Россия

## **ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОГО РАЗВИТИЯ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ В РОССИИ**

*Аннотация.* В статье рассмотрены особенности современного развития корпоративной социальной ответственности в России, среди которых указаны: трансформация приоритетов развития с учетом влияния пандемии и постепенного выхода из нее; расширение практики КСО, которая становится все более глубокой и всеохватывающей, она проникает во все сферы бизнеса и предпринимательства; увеличение рисков игнорирования КСО (среди которых наиболее актуальными являются риски снижения информационной прозрачности, снижения лояльности сотрудников и повышения текучести кадров, ухудшения деловой репутации); неоднородность компаний по представлению на своих официальных сайтах информации о корпоративной ответственности, что затрудняет сопоставление и анализ динамики развития КСО в России; продолжение активной работы в отношении корпоративной социальной ответственности ассоциированных форм объединений предпринимателей нашей страны. Сделаны выводы о том, что обобщение современных особенностей корпоративной социальной ответственности в практике отечественных компаний позволило уточнить направления развития КСО, среди которых: совершенствование корпоративной социальной ответственности бизнес-компаний как перед внутренними, так и перед внешними стейкхолдерами (развитие условий труда, создание новых рабочих мест, вовлечение сотрудников в принятие решений, продолжение



предоставление своим сотрудникам социальных гарантий, совершенствование взаимодействия с акционерами, преобразование работы с поставщиками продукции и др.).

*Ключевые слова:* актуальные, особенности, проблемы, корпоративная, социальная, ответственность, коммуникации, реклама, связи с общественностью.

Svetlana V. Panasenko

Moscow, Russia

## **FEATURES OF THE MODERN DEVELOPMENT OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN RUSSIA**

*Abstract.* The article examines the features of the modern development of corporate social responsibility in Russia, namely: transformation of development priorities taking into account the impact of the pandemic and its gradual withdrawal from it; expansion of CSR practice, which is becoming broader, deeper and all-embracing, it penetrates into all spheres of business and entrepreneurship; increased risks of ignoring CSR (among which the most significant risks are those of reducing information transparency, reducing employee loyalty and increasing staff turnover, deterioration of business reputation); heterogeneity of companies in presenting information on corporate responsibility on their official websites, which makes it difficult to compare and analyze the dynamics of CSR development in Russia; progressing active work on corporate social responsibility of associated forms of business associations in our country. Conclusions are drawn that the generalization of modern features of corporate social responsibility in the practice of domestic companies has made it possible to clarify the directions of CSR development, including: improving corporate social responsibility of business companies to both internal and external stakeholders (development of working conditions, creation of new jobs, involvement of employees in decision-making

rprocess, continued providing their employees with social guarantees, improvement of interaction with shareholders, transformation of work with suppliers of products, etc.).

Keywords: current, features, problems, corporate, social, responsibility, communications, advertising, public relations.

### **Постановка проблемы**

Современной научной проблемой корпоративной социальной ответственности (КСО) в России является несоответствие имеющихся научных разработок потребностям быстро меняющейся практики КСО в новейших условиях экономических санкций и импортозамещения в контексте устойчивого развития: в виде недостатка соответствующих методологических подходов, стратегий информационного продвижения, целевых долгосрочных ориентиров и инструментария по успешному внедрению технологий КСО с учетом их особенностей на современном этапе развития для достижения более высокого уровня конкурентоспособности отечественных компаний в процессе их устойчивого развития.

Актуальность решения обозначенной проблемы обусловлена тем, что все трансформационные процессы, влияющие на изменение организационно-управленческих решений в отношении КСО, идут непосредственно в настоящее время. Сначала колоссальное влияние оказала пандемия коронавируса, затем сильнейшее влияние оказало начало СВО, ужесточение экономических санкций, смена курса экономического развития на импортозамещение и перенос акцентов на усиление развития отечественных разработок и технологических решений.

Одновременно с этим наблюдается нарастание значительного количества проблемных моментов, которые требуют серьезного научного и практического осмысления, в том числе новых методологических подходов к построению оптимальных концептуальных рамок внедрения технологий КСО, формированию перечня мер по стимулированию их информационного

продвижения, выявлению необходимых условий реализации, определению потенциальных выгод и рисков игнорирования КСО в России в новых условиях конкурентного ландшафта, исследованию потенциала синергии отраслевого и межотраслевого взаимодействия по решению различных вопросов КСО в ассоциациях, союзах, гильдиях, торгово-промышленных палатах и других объединениях промышленников и предпринимателей, анализу различных показателей медиа активности федеральных, региональных, отраслевых и иных каналов, особенностей маркетинга, рекламы, связей с общественностью в этой сфере, поиска путей оптимизации применения всей палитры коммуникационных инструментов для работы с внешними и внутренними целевыми аудиториями и др.

В то же время актуальных научных работ по исследованию современных особенностей развития корпоративной социальной ответственности, с учетом серьезной трансформации экономики в последние годы, пока недостаточно. Этим обусловлена высокая степень актуальности и востребованности темы данного исследования.

### **История вопроса**

На международном уровне определение корпоративной социальной ответственности сформировано в международном стандарте ISO 26000:2010 "Руководство по социальной ответственности", разработанном в 2010 г. Международной организацией по стандартизации.

В России в 2012 году на основе международного стандарта был принят национальный ГОСТ Р ИСО 26000-2012, который также дает трактовку КСО, подчеркивая ее добровольный характер (для формирования высокой лояльности собственного персонала как внутренних стейкхолдеров и положительного образа по отношению к деловым партнёрам, потребителям и другим внешним стейкхолдерам).

Согласно ISO 26000:2010 и ГОСТ Р ИСО 26000-2012 социальная ответственность – это ответственность организации за воздействие ее решений и деятельности на общество и окружающую среду, которая

посредством прозрачного и этичного поведения: 1) вносит вклад в устойчивое развитие, включая общественное здоровье и благосостояние; 2) принимает во внимание ожидания заинтересованных лиц; 3) соответствует применимому праву и международным правилам поведения; 4) всесторонне встроена в организацию и применяется в ее деятельности в пределах ее сферы влияния.

В научной литературе большинство авторов также согласны, что под корпоративной социальной ответственностью (КСО) понимается ответственность организации за воздействие ее решений и деятельности на общество и окружающую среду через прозрачное и этичное поведение, которое содействует устойчивому развитию [Майорова Е.А., 2022: 22].

Ключевыми целями КСО в области устойчивого развития являются семнадцать ориентиров, разработанных в 2015 году Генеральной ассамблеей ООН, которые были названы «Повесткой дня на период до 2030» (среди них такие, как: обеспечение гендерного равенства, содействие экономическому росту, создание прочной инфраструктуры, содействие обеспечению устойчивой индустриализации и внедрению инноваций, обеспечение рациональных моделей потребления и производства и др.).

Среди базовых концепций корпоративной социальной ответственности большинство ученых понимают концепции корпоративного эгоизма (использовать свои ресурсы для увеличения прибыли в рамках закона), корпоративного альтруизма (участие бизнеса в благотворительности и социальных проектах) и концепции разумного эгоизма (формирование в долгосрочном периоде благоприятной социальной среды и условий для стабильности собственной прибыли) [Григорян Е.С., Юрасов И.А., 2023: 22].

С точки зрения темы нашего исследования особо интересны подходы ученых к описанию истории развития КСО в России. Так, Гриднева О.В. отмечает, что в нашей стране развитие корпоративной социальной ответственности началось в последнее десятилетие. С тех пор число российских компаний, внедряющих в свою деятельность принципы

социальной ответственности, постоянно растет, это может быть объяснено активным продвижением российского бизнеса на международные рынки, а также стремлением компаний сделать свой бизнес более цивилизованным, упрочить репутацию в глазах заинтересованных сторон, снизить уровень нефинансовых рисков [Гриднева О.В., 2017: 234].

При этом некоторые ученые, исследуя историю становления КСО отмечают, что 2015 год и для компаний мира, и для российских компаний стал самым важным с точки зрения принятия целевых ориентиров устойчивого развития Генеральной Ассамблеей ООН. Как указывает, например, Эркинбекова Ж.Э. этот контекст представляет возможность для КСО продолжать расти в плане концептуализации и реализации главным образом потому, что бизнес может принять их в качестве стратегических рамок с целью создания общей стоимости [Эркинбекова Ж.Э., 2023: 90].

Другой важной вехой стал 2020 год – начало пандемии коронавируса. Если до пандемии в контексте устойчивого развития компании делали акцент на экологию, гендерную репрезентативность, соблюдение принципов многообразия и вовлеченности, то с начала 2020 года акцент КСО сместился на помощь обществу при решении социальных проблем и взаимоотношения с сотрудниками.

В результате, как отмечают Ivanova E. A., Cheglakova L. M., Kabalina V.I., в российском контексте в настоящее время можно выделить большое разнообразие практик корпоративной социальной ответственности (КСО): глобального, перекрестного, аутентичного и безответственного типа [Ivanova E. A., Cheglakova L. M., Kabalina V. I., 2022: 247].

В то же время публикаций, которые исследовали бы особенности КСО после событий 2022 года (СВО, ужесточение экономических санкций, импортозамещение и т.д.) явно недостаточно.

В научной литературе есть пока относительно небольшое количество публикаций, которые в основном затрагивают отдельные, фрагментарные аспекты КСО. Например, Новосельский С.О., Булавина М.А., Попова С.А.

отмечают, что в КСО на современном этапе ее развития в условиях макроэкономической нестабильности, давлением недружественных стран многократно возрастает актуальность благотворительности и более интенсивное использование потенциала благотворительности может стать важным инструментом снижения уровня социальной напряженности в российском обществе и достижении его консолидации [Новосельский С.О., Булавина М.А., Попова С.А., 2023: 2653].

Другие авторы, посвящают свои исследования отдельно региональным проблемам КСО. Так, например, Мирошниченко И.С., Болелова М.М. изучают корпоративную социальную ответственность в отношении местных сообществ [Мирошниченко И. С., Болелова М.М., 2023: 180], Свинин С.В. анализирует некоторые факторы влияния корпоративной социальной ответственности промышленных предприятий Мурманской области на региональную социально-экономическую систему [Свинин С.В., 2023: 162] и т.д.

Еще целый ряд авторов анализируют отдельно отраслевые аспекты развития КСО. Например, Костыгова Л.А. анализирует корпоративную социальную ответственность и устойчивое развитие в машиностроении (отчетность, оценку деятельности) [Костыгова Л.А., 2023: 36]; Заернюк В.М. изучает практику раскрытия информации о корпоративной социальной ответственности в горнодобывающей отрасли [Заернюк В. М., 2023: 99]; Тропкина Т.Е. исследует методы оценки корпоративной социальной ответственности компаний энергетики [Тропкина Т.Е, 2023: 77] и т.д.

Другие авторы еще более сужают предмет своего исследования, останавливаясь на КСО при производстве отдельных товаров и услуг. Например, Яшина Т.С., которая исследует корпоративную социальную ответственность и ее влияние на управление инвестиционной привлекательностью производителей спортивных товаров [Яшина Т.С., 2023: 60] и т.д.

Еще целый ряд авторов останавливаются на исследованиях КСО в отдельных компаниях. Например, Ермакова Л. С. рассматривает социально-культурные практики в реализации концепции корпоративной социальной ответственности (на примере ООО «Газпром переработка») [Ермакова Л. С., 2023: 184] и т.д.

В свою очередь, другие авторы фокусируют свой исследовательский интерес только на отдельных гранях корпоративной социальной ответственности. Например, Демин А.В. анализирует налоговый контекст в структуре корпоративной социальной ответственности [Демин А.В., 2023: 56]; Зарецкая Е.А., Краснопахтова Л.И. исследуют роль коммуникаций в формировании корпоративной социальной ответственности организации [Зарецкая Е.А., Краснопахтова Л.И., 2021: 39] и т.д.

В связи с этим, для восполнения научного пробела комплексных исследований современных особенностей КСО и выполнено данное исследование.

### **Описание методики исследования**

Теоретической и методической базой исследования послужили научные работы отечественных и зарубежных ученых и практических специалистов, посвященные внедрению технологий корпоративной социальной ответственности, в том числе монографии, диссертации, публикации в периодических научных изданиях и сборниках материалов научно-практических конференций (как Всероссийских, так и Международных).

В процессе исследования были применены как общенаучные методы и подходы (ситуационный, комплексный, исторический, диалектический, методы системного анализа, синтеза, индукции и дедукции, бенчмаркинга, классификации, блочной группировки), так и конкретно-научные методы (ранжирования, сценарный метод). Для разработки и обоснования предложений и рекомендаций в работе использованы качественные

(экспертные методы) и количественные методы исследований (метод онлайн-анкетирования на платформе Google).

Для отбора респондентов в анкетировании был использован метод таргетирования по заданным параметрам (месту жительства, полу, возрасту). Для анализа осведомленности и отношения респондентов к результатам КСО были использованы шкалы важности и удовлетворенности, проекционные методы. В ходе исследования также применялся метод фокус групп и глубинных интервью с представителями отдельных компаний.

Информационную базу исследования составили нормативно-правовые акты Российской Федерации различного уровня, статистические данные и результаты исследований, опубликованные независимыми консалтинговыми и рейтинговыми агентствами, статистическая и оперативная информация, представленная в сети Интернет в открытом доступе, а также материалы авторских исследований, наблюдений и расчетов.

#### **Полученные в ходе анализа результаты исследования**

Исследование показало, что на современном этапе корпоративная социальная ответственность продолжает осуществляться в интересах двух крупных блоков стейкхолдеров: 1) относящихся к внутренней среде компании (сотрудники, акционеры, собственники) и 2) относящихся к внешней среде компании (органы власти, деловые партнеры, инвесторы, потребители, общество, местный социум и др.), рисунок 1.



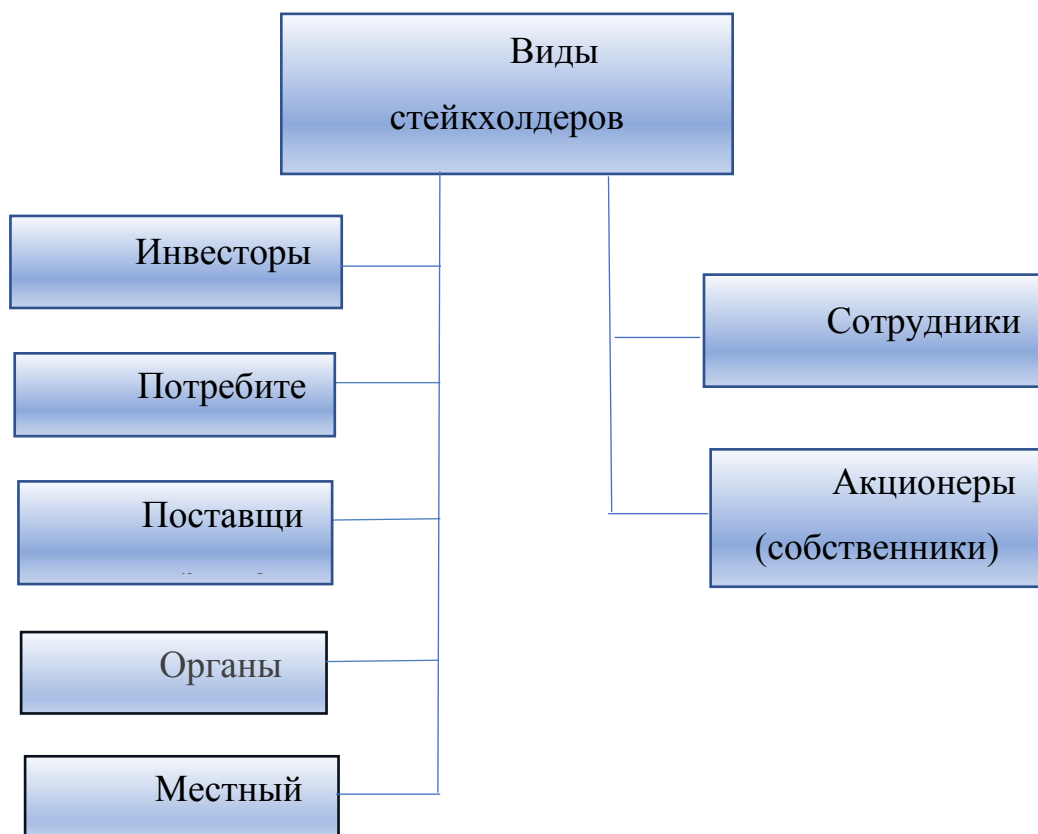


Рис.1. Виды стейкхолдеров в корпоративной социальной ответственности

Сохраняется и основной функционал корпоративной социальной ответственности, который можно описать через следующие функции КСО: социально-экономическую, правовую и этическую.

В то же время исследование показало смещение акцентов в КСО в результате кризисных явлений последних четырех лет.

*Первой особенностью развития КСО* на современном этапе является трансформация приоритетов развития с учетом влияния пандемии и постепенного выхода из нее. На первый план в результате влияния этого кризисного фактора вышли такие направления развития КСО, как: предоставление (или сохранение) рабочих мест, обеспечение безопасности, организация дистанционной работы, обеспечение оплаты труда и материальной помощи, морально-психологическая поддержка, информационная прозрачность, обучение и развитие, организация досуга сотрудников, а также их вовлечение в благотворительность и волонтерство.

Не все традиционные инструменты социальной ответственности в период пандемии продолжали быть эффективными. Высокая социальная ответственность потребовала от большинства отечественных компаний новых инструментов ее реализации, соответствующих ожиданиям и нуждам сотрудников (например, оказание психологической поддержки, проведение обучающих семинаров и т.д.).

В то же время во время пандемии, например, неактуальной стала организация досуга потребителей, в том числе в торгово-развлекательных центрах. Акцент был перенесен на оптимизацию ассортимента с учетом новых потребностей населения, так как пандемия вызвала изменения в потребительском поведении. Снижение реальных располагаемых денежных доходов населения привело к повышению спроса на товары нижнего ценового сегмента, в связи с чем стало актуально увеличение их доли в ассортименте, в том числе за счет собственных торговых марок и промоакций. Эти действия стали ответом компаний на ожидания потребителей в отношении компаний и их социальной ответственности.

***Второй особенностью развития корпоративной социальной ответственности*** является расширение практики КСО, которая становится все более глубокой и всеохватывающей, она проникает во все сферы бизнеса и предпринимательства.

Приведем несколько примеров успешной практики реализации корпоративной социальной ответственности (из разных отраслей) [Панасенко Н.А., Панасенко С.В., 2023: 180].

Пример 1. Компания Ozon. Ее корпоративными ценностями по реализации КСО являются: экологичность, гендерная репрезентация, образование. Экологичная упаковка производится данной компанией из переработанного картона, вся излишняя и возвращенная упаковка отправляется на переработку.

Экологичная доставка применяется компанией в виде разработки и внедрения в процессе доставки инновационных стандартов, учитывающих

строгие требования к выбросам и закупки для доставки около 1000 автомобилей марки Ford Transit, которые позволили с начала 2020 года значительно снизить уровень выбросов в атмосферу. Ответственное потребление подразумевается в виде поддержки стремления покупателей Ozon к устойчивому потреблению, предусматривается расширение ассортимента экологичных товаров (например, продажи многоразовых сумок для покупок OZON в 2020 г. выросли более чем в 20 раз).

Ответственный гендерный подход (репрезентация) – это такая гендерная установка, при которой должны быть равные возможности для работы в бизнесе, женщины занимают ряд ключевых управленческих позиций в компании Ozon, включая должности Директора маркетплейса и Директора по развитию бизнеса, играют ведущую роль в сфере IT.

Кроме того, в компании осуществляют обучение экспертов будущего в виде помощи людям всех возрастов развиваться в сфере технологий, платформа Ozon Education объединяет проекты Ozon Academy (для детей от 5 до 17 лет), Ozon Masters (для начинающих специалистов) и New Skills (для повышения квалификации), курс программирования Ozon Go и школа E-Commerce Online School предлагают специализированное обучение в сфере разработки ПО и работы маркетплейсов. Особенно интересен опыт применения компанией Ozon широкого перечня коммуникационных инструментов работы с различными целевыми аудиториями. Например, в этой компании развита практика получения обратной связи от потребителей с оценками пунктов выдачи заказов, режима их работы, уровня комфорта, привлекательности прилегающей территории и т.д. *[Официальный сайт компании Ozon, 2023]*.

Пример 2. Компания X5 Retail Group – ведущая продуктовая розничная компания в России. Данная компания демонстрирует приверженность Компании ответственным практикам экологической, социальной и управленческой деятельности, предпринимает ряд инициатив в области устойчивого развития, публикует отчеты в этом направлении, внедряет

принципы устойчивого развития, ответственные методы ведения бизнеса, повышает экологическую устойчивость, инвестирует в сотрудников, поддерживает местные сообщества (например, в 2020 году X5 удалось улучшить свои показатели во всех ключевых областях, включая такие, как: интенсивность выбросов парниковых газов, продажи товаров для здорового образа жизни и количество людей, получивших прямую поддержку от X5) [Официальный сайт компании X5 Retail Group, 2023].

Пример 3. Компания из банковской сферы – Сбербанк, которая является победителем премии по КСО «Лучшие социальные проекты России». Сбербанк вносит свой вклад в развитие сервисов и проектов для стейкхолдеров по КСО, что качественно влияет на жизнь общества. Например, проект Сбербанка по КСО «Особенный банк», который был представлен в номинации, посвященной поддержке социально незащищённых слоёв населения. Этот проект сделал банковские услуги намного доступнее для людей с инклюзией (инвалидностью). Кроме того, представители Сбербанка активно работают в рабочей группе Центрального банка России, чтобы способствовать увеличению финансовой грамотности населения нашей страны. Другой социальный проект Сбербанка «Социальный счет» был признан «Лучшим социальным сервисом». Этот проект направлен на облегчение зачисления денежных средств в случае получения социальной помощи, регистрацию при этом можно пройти в онлайн режиме. Третий социальный проект Сбербанка – «Финансовая грамотность от Сбербанка», которая помогает клиентам разобраться в тонкостях финансовых продуктов и сервисов [Официальный сайт компании Сбербанк, 2023].

**Третьей особенностью развития корпоративной социальной ответственности** является увеличение рисков игнорирования КСО. Нами было проведено онлайн анкетирование на платформе Google (объем выборки составил более 500 человек), в результате которого были выявлены

следующие актуальные риски игнорирования корпоративной социальной ответственности, рисунок 2.

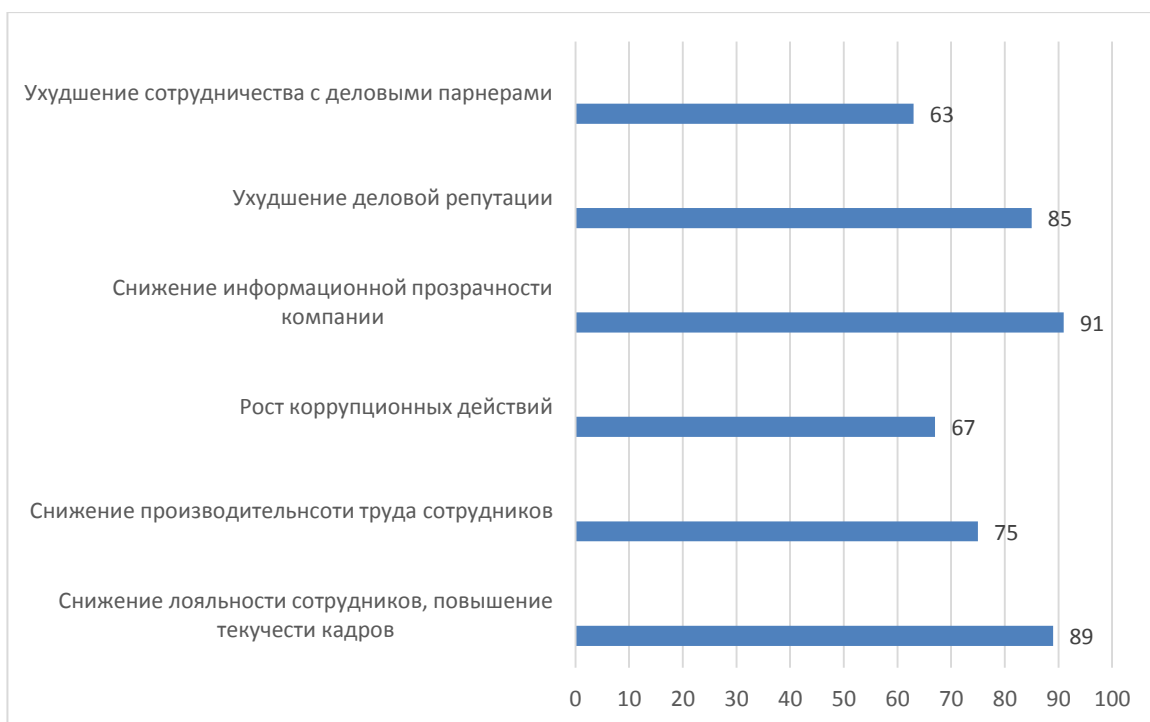


Рис. 2. Актуальные риски игнорирования корпоративной социальной ответственности, %.

Как показало анкетирование респондентов, наиболее существенными рисками игнорирования социальной ответственности являются: снижение информационной прозрачности компании (91 % опрошенных, этот риск имеет ранг номер 1), снижение лояльности сотрудников и повышение текучести кадров (80 % опрошенных, ранг номер 2), ухудшение деловой репутации (85 % опрошенных, ранг номер 3).

Проведение фокус групп показало, что среди предпринимателей в России распространен ряд клише и стереотипов (например, что в период кризиса расходы на КСО следует ограничивать, особенно среднему и малому бизнесу). В ходе глубинных интервью с представителями бизнеса выявлено, что риск недостатка средств на КСО в период кризиса действительно является серьезным и значимым, в то же время по мере выхода из кризисных ситуаций этот риск имеет тенденцию к уменьшению.

**Четвертой особенностью развития корпоративной социальной ответственности** является неоднородность компаний по представлению на своих официальных сайтах информации о корпоративной ответственности, что затрудняет сопоставление и анализ динамики развития КСО в России. Некоторые компании, (как, например, «Российские железные дороги»), предоставляют очень подробную и содержательную информацию по корпоративной социальной ответственности, в том числе: информацию по охране окружающей среды, охране атмосферы, энергоэффективности, обращению с отходами, сокращению выбросов парниковых газов, обучению экологической безопасности, отчетам об устойчивом развитии и т.д. [Официальный сайт компании «Российские железные дороги», 2023]. Другие компании предоставляют информацию о корпоративной социальной ответственности не полностью, фрагментарно или она вообще может полностью отсутствовать в общественном свободном доступе.

**Пятой особенностью развития корпоративной социальной ответственности** является продолжение активной работы в отношении корпоративной социальной ответственности ассоциированных форм объединений предпринимателей нашей страны. К примеру, в структуре Российского союза промышленников и предпринимателей функционирует комитет по корпоративной социальной ответственности и устойчивому развитию, регулярно проводятся мероприятия по КСО, разработаны индексы РСПП по устойчивому развитию, инициировано проведение Национальной премии «Лидеры ответственного бизнеса».

Например, среди компаний, вошедших в индекс РСПП по устойчивому развитию «Ответственность и открытость» в 2022 году отмечены: Газпром, Лукойл, МТС, Ростелеком, Россети и другие. Соответственно, в индекс РСПП «Вектор устойчивого развития» в 2022 вошли такие компании, как: Магнит, Северсталь, Русагро и другие [Официальный сайт Российского союза промышленников и предпринимателей, 2023]. На рисунке 3 отмечена

динамика количества компаний, вошедших в индекс РСПП по устойчивому развитию за 2021-2022 годы.

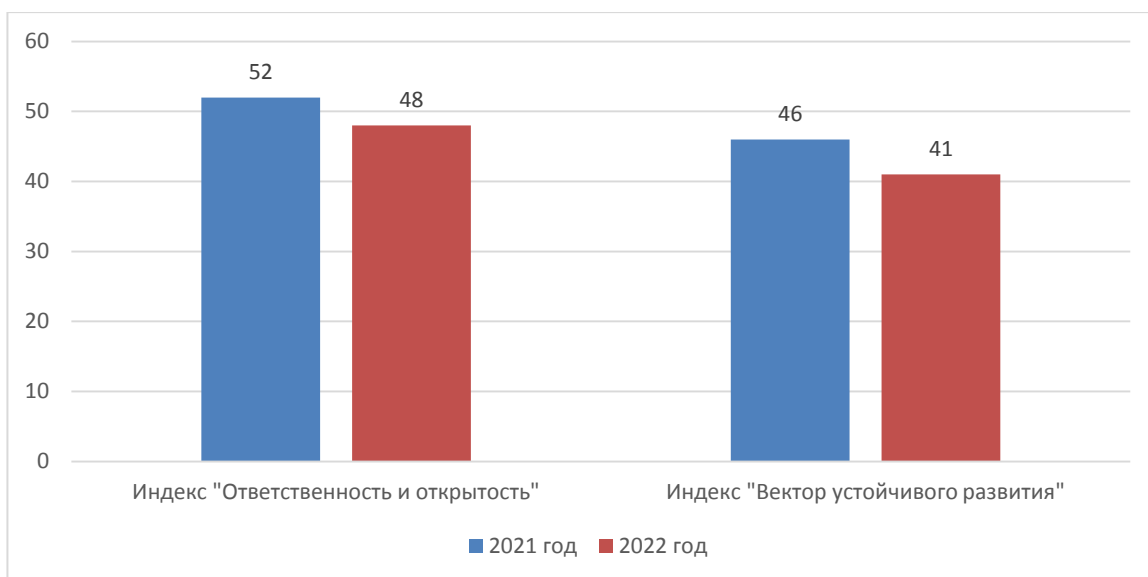


Рис. 3. Динамика количества компаний, вошедших в индекс РСПП по устойчивому развитию за 2021-2022 годы, единиц

Как показывают данные на рисунке 3, количество компаний, вошедших в индекс РСПП по устойчивому развитию в 2022 году по сравнению с 2021 годом несколько снизилось. Скорее всего, это связано с повышением степени неопределенности и затяжным характером кризисных явлений в отечественной экономике.

### **Перспективы дальнейшей исследовательской работы по указанной теме**

В дальнейшем исследовательская работа продолжится в рамках:

- уточнения особенностей современного поведения потребителей, анализа их ценностей, конъюнктуры и динамики спроса на различные товары и услуги, прогнозных ожиданий в отношении корпоративной социальной ответственности;
- исследования потенциала синергии отраслевого и межотраслевого взаимодействия в ассоциативных формах объединений предпринимателей и промышленников в процессе внедрения технологий корпоративной социальной ответственности в России;

- идентификации ключевых факторов успеха (КФУ) корпоративной социальной ответственности различных отраслей российской экономики в условиях экономических санкций и импортозамещения;

- кластеризации регионов России на основе степени эффективности внедрения корпоративной социальной ответственности в контексте устойчивого развития;

- анализа особенностей маркетинга, рекламы и связей с общественностью в корпоративной социальной ответственности, определению различных показателей медиа активности федеральных, региональных, отраслевых и иных каналов продвижения технологий КСО в России;

- ландшафтного анализа рисков внедрения технологий КСО в России в контексте устойчивого развития в условиях разных сценариев проявления экономических санкций и импортозамещения;

- выявления наиболее эффективных способов продвижения технологий КСО в России, оптимальных коммуникационных инструментов взаимодействия с внутренними и внешними целевыми аудиториями в кратко-, средне- и долгосрочной перспективах и т.д.

## **Выводы**

Обобщение современных особенностей корпоративной социальной ответственности в практике отечественных компаний позволило сформировать следующие рекомендации:

- в настоящее время и в перспективе следует учитывать трансформацию приоритетов развития с учетом влияния пандемии с 2020 года и постепенного выхода из нее, появления ряда кризисных явлений с 2022 года в виде переноса акцентов внимания на развитие условий труда, создание новых рабочих мест, вовлечение сотрудников в принятие решений, предоставление своим сотрудникам социальных гарантий, совершенствование взаимодействия с акционерами, проведение работы по усилению отечественных брендов продуктов и услуг, стоимости и



капитализации компаний, их деловой репутации, улучшение систем управления и протекающих в компаниях бизнес-процессов, преобразование работы с поставщиками продукции, сохранение с ними продолжительных и уважительных отношений, ориентированных на долгосрочное сотрудничество и импортозамещение, соблюдение принципов деловой этики, активизация совместной работы по сокращению товарных потерь, коррекции логистических маршрутов, расширение сотрудничества с местными производителями и др.;

- учитывая тенденцию расширения практики КСО (которая становится все более глубокой и всеохватывающей, проникающей во все сферы бизнеса и предпринимательства), следует чаще использовать отраслевой и производственный бенчмаркинг (изучение передового опыта как отечественных, так и зарубежных компаний) по масштабированию и распространению в отечественной практике опыта лидеров в сфере корпоративной социальной ответственности (особенно по коммуникационным инструментам взаимодействия с внутренними и внешними целевыми аудиториями);

- следует уделять серьезное внимание превентивным мерам по снижению актуальных рисков игнорирования КСО (таких, как: возможное ухудшение информационной прозрачности компании, снижение лояльности сотрудников и повышение текучести кадров, ухудшение деловой репутации и др.); целенаправленная работа с подобными рисками позволит снизить степень их проявления, минимизировать ущерб от негативных последствий рисков игнорирования КСО в отечественном бизнесе;

- необходимо развивать практику представления более полной информации о КСО (в том числе, на официальных сайтах компаний, в социальных сетях, видео хостингах и т.д.); это будет способствовать повышению информационной прозрачности, улучшению общественного контроля, более качественному проведению исследований в рамках сопоставления и анализа динамики развития КСО в России;

- следует продолжать активную работу в отношении корпоративной социальной ответственности ассоциированных форм объединений промышленников и предпринимателей нашей страны, в том числе вовлечение в ассоциированные форматы взаимодействия представителей малого и среднего бизнеса, проведение интегрированных, совместных проектов и программ по КСО в отечественной практике.

Реализация указанных рекомендаций позволит эффективно развивать следующие актуальные направления развития корпоративной социальной ответственности: соблюдение обязательных нормативно-правовых требований, уплата налогов и сборов (в том числе добровольных сборов на проведение СВО, на поддержку мобилизованных), направление дополнительных средств на разработку новых товаров и технологий, связанных с импортозамещением, благоустройство территорий не только в местах расположения бизнес-компаний, но и по возможности – тех территорий, которые были повреждены или разрушены в результате проведения военных действий, оказание помощи при возникновении стихийных действий, развитие инновационных форм сотрудничества и коммуникаций со стейкхолдерами и т.д.

Реализация и развитие корпоративной ответственности отечественных бизнес компаний позволит значительно повысить их конкурентоспособность и устойчивость в сложных условиях экономических санкций.

### **Библиография**

*Григорян Е.С., Юрасов И.А.* Корпоративная социальная ответственность. – Москва: Издательство «Дашков и К», 2023. – 248 с.

*Гриднева О.В.* История развития и понятие корпоративной социальной ответственности // Пробелы в российском законодательстве, 2017, № 2. С.234-236.

*Демин А.В.* Налоговый контекст в структуре корпоративной социальной ответственности // Вестник Санкт-Петербургского университета. Право. – 2023. – Т. 14, № 1. – С. 56-72.

*Ермакова Л.С.* Социально-культурные практики в реализации концепции корпоративной социальной ответственности (на примере ООО «Газпром переработка») // Культурная среда и культурные практики: опыт и инновации: Тезисы докладов всероссийской научно-практической конференции молодых исследователей. – Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный институт культуры, 2023. – С. 184-185.

*Заернюк В. М.* Практика раскрытия информации о корпоративной социальной ответственности в горнодобывающей отрасли // Человек. Общество. Инклюзия. – 2023. – № 2(54). – С. 99-108.

*Зарецкая Е.А., Краснопахтова Л.И.* Роль коммуникации в формировании корпоративной социальной ответственности организации // В сборнике: Проблемы развития современного общества. Сборник научных статей 6-й Всероссийской национальной научно-практической конференции. Курск, 2021. С. 39–41.

*Костыгова Л. А.* Корпоративная социальная ответственность и устойчивое развитие в машиностроении: отчетность, оценка деятельности // Экономика и управление в машиностроении. – 2023. – № 3. – С. 36-41.

*Майорова Е.А.* Корпоративная социальная ответственность торговых организаций. – Москва: ИНФРА-М, 2022. – 223 с.

*Мирошниченко И. С., Болелова М.М.* Корпоративная социальная ответственность в отношении местных сообществ // Актуальные вопросы управления развитием отраслевой экономики в условиях цифровизации и внешних ограничений: материалы V Международной научно-практической конференции. – Краснодар: ФГБУ "Российское энергетическое агентство" Минэнерго России Краснодарский ЦНТИ-филиал ФГБУ "РЭА" Минэнерго России, 2023. – С. 180-187.

*Новосельский С.О., Булавина М.А., Попова С.А.* Благотворительность как инструмент социально-экономического развития и расширения потенциала корпоративной социальной ответственности в условиях геополитической нестабильности // Вопросы политологии. – 2023. – Т. 13, № 6-1(94-1). – С. 2653-2664.

Официальный сайт компании Ozon // <https://corp.ozon.ru/social> (Дата обращения 10.11.2023 г.).

Официальный сайт компании X5 Retail Group // <https://www.x5.ru/ru> (Дата обращения 10.11.2023 г.).

Официальный сайт компании «Российские железные дороги» // <http://https://company.rzd.ru/ru/9386> (Дата обращения 10.11.2023 г.).

Официальный сайт Российского союза промышленников и предпринимателей // [https://rspp.ru/sustainable\\_development/](https://rspp.ru/sustainable_development/) (Дата обращения 10.11.2023 г.).

Официальный сайт компании Сбербанк // <http://www.sberbank.ru> (Дата обращения 10.11.2023 г.).

*Панасенко Н.А., Панасенко С.В.* Анализ успешных примеров корпоративной социальной ответственности в практике отечественных компаний // Всероссийские молодежные научные чтения им. профессора Н.Н. Протопопова: Сборник материалов. Том Часть 1. – Новосибирск: Сибирский университет потребительской кооперации, 2023. – С. 180-182.

*Тропкина Т.Е.* Методы оценки корпоративной социальной ответственности компаний энергетики // Экономические и социальные аспекты развития энергетики: Восемнадцатая Всероссийская научно-техническая конференция студентов, аспирантов и молодых ученых. – Иваново: Ивановский государственный энергетический университет им. В.И. Ленина, 2023. – С. 77.

*Эркинбекова Ж.Э.* Корпоративная социальная ответственность: история и эволюция концептуальной парадигмы в современной экономической науке // Социальное предпринимательство и корпоративная социальная ответственность. – 2023. – Том 4. – № 2. – С. 87-116.

*Яшина Т.С.* Корпоративная социальная ответственность и ее влияние на управление инвестиционной привлекательностью производителей спортивных товаров // Агентство "Слияния и Поглощения". – 2023. – № 4(19). – С. 60-62.

*Ivanova E.A., Cheglakova L.M., Kabalina V.I.* The role of heterogeneous context shaping CSR practices in Russia // Russian Management Journal. – 2022. – Vol. 20, No. 2. – P. 247-272.

## References

Grigoryan E.S., YUrasov I.A. (2023) *Korporativnaya social'naya otvetstvennost'* [Corporate Social Responsibility]. Moscow: Izdatel'stvo «Dashkov i K».

Gridneva O.V. (2017) *Istoriya razvitiya i ponyatiye korporativnoy sotsial'noy otvetstvennosti* [The history of development and the concept of corporate social responsibility]. Gaps in Russian legislation. 2: 234-236.

Demin A.V. (2023) *Nalogovyj kontekst v strukture korporativnoj social'noj otvetstvennosti* [Tax context in the structure of corporate social responsibility]. Bulletin of St. Petersburg University. Law. 14(1): 56-72.

Ermakova L.S. (2023) *Sotsial'no-kul'turnyye praktiki v realizatsii kontseptsii korporativnoy sotsial'noy otvetstvennosti (na primere OOO «Gazprom pererabotka»)* [Socio-cultural practices in the implementation of the concept of corporate social responsibility (on the

example of Gazprom Pererabotka LLC)]. Cultural environment and cultural practices: experience and innovations: 184-185.

Zaernyuk V.M. (2023) *Praktika raskrytiya informatsii o korporativnoy sotsial'noy otvetstvennosti v gornodobyvayushchey otrasli* [Corporate social responsibility disclosure practices in the mining industry]. Human. Society. Inclusion. 2(54): 99-108.

Zaretskaya E.A., Krasnoplakhtova L.I. (2021) *Rol' kommunikatsii v formirovanii korporativnoy sotsial'noy otvetstvennosti organizatsii* [The role of communication in the formation of corporate social responsibility of the organization]. Problems of development of modern society: 39–41.

Kostygova L.A. (2023) *Korporativnaya sotsial'naya otvetstvennost' i ustoychivoye razvitiye v mashinostroyenii: otchetnost', otsenka deyatel'nosti* [Corporate social responsibility and sustainable development in mechanical engineering: reporting, performance evaluation]. Economics and management in mechanical engineering. 3: 36-41.

Mayorova E.A. (2022) *Korporativnaya sotsial'naya otvetstvennost' torgovykh organizatsiy* [Corporate social responsibility of trade organizations]. Moscow: Izdatel'stvo «INFRA-M».

Miroshnichenko I.S., Bolelova M.M. (2023) *Korporativnaya sotsial'naya otvetstvennost' v otnoshenii mestnykh soobshchestv* [Corporate social responsibility in relation to local communities]. Topical issues of managing the development of the sectoral economy in the conditions of digitalization and external constraints: 180-187.

Novoselsky S.O., Bulavina M.A., Popova S.A. (2023) *Blagotvoritel'nost' kak instrument sotsial'no-ekonomicheskogo razvitiya i rasshireniya potentsiala korporativnoy sotsial'noy otvetstvennosti v usloviyakh geopoliticheskoy nestabil'nosti* [Charity as an instrument of socio-economic development and expansion of the potential of corporate social responsibility in conditions of geopolitical instability]. Questions of Political Science. 13. 6-1(94-1): 2653-2664.

Ofitsial'nyy sayt kompanii Ozon. [Official website of Ozon company].

Ofitsial'nyy sayt kompanii X5 Retail Group [Official website of X5 Retail Group].

Ofitsial'nyy sayt kompanii «Rossiyskiye zheleznyye dorogi» [Official website of the Russian Railways Company].

Ofitsial'nyy sayt Rossiyskogo soyuza promyshlennikov i predprinimateley [Official website of the Russian Union of Industrialists and Entrepreneurs].

Ofitsial'nyy sayt kompanii Sberbank [Official website of Sberbank]

Panasenko N.A., Panasenkov S.V. (2023) *Analiz uspeshnykh primerov korporativnoy sotsial'noy otvetstvennosti v praktike otechestvennykh kompaniy* Analysis of successful examples

of corporate social responsibility in the practice of domestic companies [All-Russian Youth scientific readings named after Professor N.N. Protopopov]. 1: 180-182.

Tropkina T.E. (2023) *Metody otsenki korporativnoy sotsial'noy otvetstvennosti kompaniy energetiki* [Methods of assessing the corporate social responsibility of energy companies]. Economic and social aspects of energy development: 77.

Erkinbekova Zh.E. (2023) *Korporativnaya sotsial'naya otvetstvennost': istoriya i evolyutsiya kontseptual'noy paradigmy v sovremennoy ekonomicheskoy nauke* [Corporate social responsibility: the history and evolution of the conceptual paradigm in modern economics]. Social entrepreneurship and corporate social responsibility. 4. 2: 87-116.

Yashina T.S. (2023) *Korporativnaya sotsial'naya otvetstvennost' i eye vliyaniye na upravleniye investitsionnoy privlekatel'nost'yu proizvoditeley sportivnykh tovarov* [Corporate social responsibility and its impact on the management of investment attractiveness of manufacturers of sporting goods]. Agency "Mergers and Acquisitions". 4(19): 60-62.

Ivanova E.A. Cheglakova L.M., Kabalina V.I. (2022) *The role of heterogeneous context shaping CSR practices in Russia*. Russian Management Journal. 20, 2: 247-272.

### **Сведения об авторе**

*Панасенко Светлана Викторовна* – доктор экономических наук, доцент, профессор кафедры рекламы, связей с общественностью и дизайна, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова», г. Москва; s.v.panasenko@yandex.ru.

*Panasenko Svetlana V.* – Doctor of Economics, Associate Professor, Professor of the Department of Advertising, Public Relations and Design, Federal State Budgetary Educational Institution "Russian Economic University named after G.V. Plekhanov", Moscow; s.v.panasenko@yandex.ru.

**РЕГИОНАЛЬНЫЕ ПРАКТИКИ  
РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

Шиняева О.В., Сизов В.О.

Ульяновск, Россия

## **ЛИДЕРЫ МНЕНИЙ В СОЦИАЛЬНО-ПОЛИТИЧЕСКИХ КОММУНИКАЦИЯХ**

*Аннотация.* Анализируются социально-политические коммуникации россиян в условиях трансформации медиапространства и цифровизации общения, наличие в них лидеров мнений. На основе проведенного межрегионального социологического исследования авторы выделяют социально-политические проблемы, которые обсуждаются россиянами; выявляют места и каналы коммуникаций, интенсивность обращения к лидерам мнений. В качестве основных результатов описаны тенденции процесса обсуждений социально-политических проблем: половина россиян обращается к лидерам мнений; актуальные вопросы региона и жизни страны большинство граждан обсуждает в ближайшем окружении, трудовом или учебном коллективе; треть россиян, интересующихся политикой и использующих средства интернета, себя причисляет к лидерам мнений. Рост числа цифровых и электронных каналов коммуникаций трансформирует двух-ступенчатую модель социально-политической коммуникации в модель из трех ступеней.

*Ключевые слова:* социально-политические коммуникации, лидеры общественного мнения, качества лидеров мнений в новых условиях



Olga V.Shinyaeva, V.O. Sizov

Ulyanovsk, Russia

## **OPINION LEADERS IN SOCIO-POLITICAL COMMUNICATIONS**

*Abstract.* The article analyzes the socio-political communications of Russians in the conditions of media space transformation and digitalization of communication, and the presence of opinion leaders in them. Based on the conducted interregional sociological research, the authors identify socio-political issues that are discussed by Russians, places and channels of communication, the intensity of appeals to opinion leaders. As the main results consist in the description of the trends in the process of discussing socio-political issues: half of Russians turn to opinion leader. The majority of citizens discuss topical issues of the region and the life of the country in their immediate environment, labor or educational teams. A third of Russians who are interested in politics and use the Internet considers themselves opinion leaders. The growing number of digital and electronic communication channels transforms the two-stage model of socio-political communication into a model of three stages.

*Keywords:* Socio-political communications, opinion leaders, qualities of opinion leaders under new conditions

### **Постановка проблемы**

Актуальность исследования роли лидеров мнений в коммуникациях населения обусловлена рядом причин. Во-первых, усиливается проблема асимметрии во взаимоотношениях власти и современного общества; политические элиты, как правило, тесно взаимодействуют с обществом в ходе избирательных кампаний и резко снижают коммуникационную активность в другие периоды; именно в эти моменты свободные «ниши» заполняют лидеры мнений. Во-вторых, массовое политическое сознание является средой, воспринимающей нисходящие информационные потоки в

процессе взаимодействия с органами управления, при этом цифровые каналы позволяют производить обратные потоки, в которых особую роль играют компетентные личности – лидеры мнений (руководители коллективов, блогеры, журналисты, неформальные лидеры). В третьих, под влиянием новых глобальных и национальных вызовов происходит повышение вовлеченности граждан в политику, что усиливает потребность в «распространителях» и «толкователях» информации – лидерах мнений. Необходимо исследовать качества и происхождение субъектов, выступающих в роли ключевых коммуникаторов.

Общественное мнение концентрируется вокруг популярных идей и проблемных вопросов, а лидеры мнений повышают к ним интерес, усиливая личную заинтересованность конкретных групп населения. Используя собственные знания и средства коммуникации, лидеры мнений переводят информацию на язык «ближнего круга», тем самым воздействуя на групповое сознание. Следует отметить, что в постиндустриальном обществе наблюдается тенденция формирования общественного мнения «на основеспециально создаваемого и грамотно внедряемого информационного потока» [Каманина, 2021: 96]. Каналами потока выступают разнообразные традиционные, электронные СМИ и социальные сети. Необходимо подчеркнуть, что «социальные сети стали мощным инструментом воздействия на мнения молодых людей – размещение новых сведений, обсуждение информации под контролем блогеров заставляют осмыслить роль цифровых лидеров мнений» [Мартищенко, 2019: 78].

Проблема исследования состоит в поиске путей решения следующего противоречия: *с одной стороны*, в условиях обновления медиaprостранства и цифровизации всех сфер жизни активизируется модель двухступенчатой коммуникации; *с другой стороны*, прогноз изменения социально-политических коммуникаций граждан требует понимания, кому доверяет население, кто они – современные лидеры мнений - в СМИ, органах власти, трудовых коллективах.

## **История вопроса**

Об оцутимом влиянии на общественное мнение, принимаемые гражданами решения отдельных лидеров впервые заявил известный американский социолог Пауль Лазарсфельд, который разработал теорию двухступенчатого потока информации. На первом этапе передаваемая информация достигает особой категории влиятельных и активных людей - «лидеров мнений» - через формальные каналы коммуникации:СМИ, официальные источники. На втором этапе лидеры передают послания дальше в межличностном общении, используя свои способы и средства усиления влияния. Относительно политической коммуникации П. Лазарсфельд сделал вывод, что решения избирателей определяются не напрямую, а через посредников; определил главные особенности лидеров мнений: любознательность, интерес ко всему новому, способность расположить к себе людей, умение выступать в роли советчика, активность в поиске информации, неформальный авторитет. Данные качества лидеров мнений, как считают политологи, эффективны в современных коммуникациях [Дергунова, 2014: 124].

Социально-политическая коммуникация — сложный социальный процесс, охватывающий все сферы жизнедеятельности общества. Многомерность этого процесса вызывает интерес к его изучению со стороны ученых, представляющих различные подходы и дисциплины. Наибольший интерес у исследователей социально-политическойкоммуникации вызывает проблема манипулирования социальными установками людей, роль СМИ и журналистов в формировании общественного мнения [Калугина, 2017: 56; Усачева, 2020:110].

Рассмотрение социально-политической коммуникации с позиции социальной психологии способствовало привлечению внимания к вопросам доверия населения лидерам общественного мнения. Значимый вклад в изучение социально-психологических особенностей лидерства внесли исследователи, ориентирующиеся на методологические принципы

качественного анализа и микро-социологии [*Современная элита России, 2015:16-23*]. Они подчеркивают, что важен не сам лидер, а его социально-психологическая роль, тип поведения, способы мобилизации населения, публичный имидж. Опираясь на современные исследования практик муниципального управления, ученые «заглянули внутрь» и составили портрет качеств городских депутатов, среди которых далеко не все оказались лидерами мнений [*Зорин, 2021:45*].

Анализ исследований свидетельствует о том, что в последние годы проблема лидерства привлекает внимание политологов, социологов, психологов, практических PR-специалистов. Вместе с тем, механизм формирования суждений больших групп населения под влиянием лидеров мнений остается малоизученным. Наблюдается недостаточное обновление эмпирической базы в изучении проблемы среди россиян разных территорий, поколений, национальностей. Социологические исследования активнее проводятся в рамках предвыборных кампаний для выявления лидеров, формирующих отношение к политическим партиям и органам власти; при этом недостаточно внимания уделяется процессу текущих социально-политических коммуникаций, в ходе которых создаются оценки злободневных вопросов и событий.

### **Описание методики исследования**

Анализ социально-политической коммуникации связан с определением наличия или отсутствия эффекта воздействия. Под эффектом понимается «следствие процесса коммуникации в сознании индивида», те изменения, которые без акта коммуникации не произошли бы [*Назаров, 2002:83*]. Одним из эффективных инструментов воздействия на сознание масс и формирования общественного мнения являются лидеры мнений. Количественные и качественные исследования содержания, каналов коммуникации населения в социально-политической сфере, участия в них лидеров мнений позволяют выделить эффекты коммуникации в разных сегментах.

Выдвинув в качестве *цели нашего исследования*, определение роли лидеров мнений в социально-политических коммуникациях россиян; описание профессиональных, личностных, гражданских качеств лидеров, мы утвердились в необходимости использования количественной методики сбора эмпирических данных через анкетный опрос жителей. Она позволяет решить *следующие задачи*: проанализировать содержание коммуникаций россиян в социально-политической сфере; выявить наличие лидеров мнений, их связь с традиционными и новыми СМИ, органами власти и трудовыми коллективами.

Для реализации цели и указанных задач был проведен социологический опрос в форме анкетирования (апрель-май 2023г.). Выборочная совокупность представлена жителями Ульяновской и Самарской областей в возрасте от 18 лет и старше; выборка составила 1050 человек. В качестве основных критериев для анализа ответов респондентов были выделены: возраст, уровень образования, степень включенности в политическую сферу («политоманы», «умеренные политоманы», «случайные политоманы», «неполитоманы»). В выборке респондентов представлены все возрастные и образовательные сегменты пропорционально их присутствию среди населения; погрешность не превышает 2,5%.

### **Результаты исследования**

Удовлетворение информационных потребностей населения обследованных областей происходит с явным преимуществом интереса к социально-политической сфере. На вопрос «По каким темам Вы чаще ищите информацию, какие проблемы обсуждаете?» были выявлены следующие предпочтения: состояние ситуации в стране (67%), специальная военная операция (64%), международные отношения, горячие точки (59%), деятельность, инициативы органов власти (45%). Для сравнения другие темы – спорт, активный отдых, здоровье, образование, путешествия – регулярно интересуют от четверти до трети жителей.

Интерес к социально-политической ситуации внутри страны подтверждается тем, что две трети респондентов (68%), по их собственному признанию, регулярно включены в обсуждение вопросов политической сферы: почти треть отнесена нами к «политоманам» (31% регулярно интересуются политикой); более трети – к «умеренным политоманам» (37%). Проводить реформы в стране в условиях, когда власть оторвана от общества, неэффективно; она не имеет возможности влиять на формирование доверия. «Необходимо не просто обратить внимание на волнующие человека проблемы, но и высвободить его потенциал и дать возможность реализации его деловых, интеллектуальных, культурных, благотворительных и иных гражданских инициатив через обсуждение» [Колканов: 2017; 65]. Опрос показал (табл. 1), что наибольший интерес россиян в социально-политических коммуникациях вызывают вопросы военной операции на Украине, снижение уровня жизни простых россиян и ввод санкций со стороны Запада против России.

Табл. 1. Актуальные события жизни (в % от числа опрошенных, n=1050)

Показатели	Всего	Возраст					Уровень образования			Интерес к полит. событиям			
		18-24	25-35	36-49	50-65	Более	Общее	Среднее	Высшее	Полито	Умерен	Случай	Неполи
<i>Уд.вес в выборке</i>	<i>00</i>	<i>3</i>	<i>6</i>	<i>3</i>	<i>2</i>	<i>6</i>	<i>8</i>	<i>1</i>	<i>1</i>	<i>4</i>	<i>6</i>	<i>1</i>	
<b>Какие события жизни России и региона наиболее актуальны для Вас?</b>													
1. Военная операция на Украине	<b>8</b>	7	1	8	4	3	8	6	0	7	8	9	2
2. Ввод санкций со стороны Запада против России	<b>4</b>	7	7	9	8	3	0	3	<b>2</b>	<b>8</b>	1	1	2
3. Закрытие импортных магазинов и предприятий	<b>6</b>	5	0	9	7	4	6	7	6	5	5	9	0
4. Угроза ядерной войны	<b>6</b>	9	<b>1</b>	8	3	4	7	3	0	8	6	5	6

5.Повышенный спрос на отдельные виды товаров	6	9	8	9	3	0	0	0	9	6	8	2	2
6.Поддержка жителей Донбасса, создание условий для жизни	5	3	5	3	5	0	5	5	4	6	4	6	
7.Нехватка лекарств в аптеках	3	6	4	3	4	0	4	3	3	4	5		4
8.Пандемии, новые волны вирусных инфекций	1	3	2	0	1	3	0	2	2	2	0	3	1
9.Устройство мира после окончания военных действий в Украине	8	3	3	8	1	7	5	1	5	8	7	5	0
10.Снижение уровня жизни простых россиян	1	8	9	3	3	4	2	4	3	5	7	8	1

Опрос показал, что возраст, образование и интерес к политике вносят *небольшие различия* в выбор проблем, волнующих население, чаще всего, эти показатели касаются роста тарифов и цен, устройства мира после окончания специальной военной операции. Говоря о наличии лидеров мнений в обычной жизни, не все респонденты выделяют их в своей жизни: половина опрошенных вспомнила и отметила таких людей (53%, табл. 2); четверть обращается к ним постоянно (24%), немногим больше – использует их позиции в отдельных случаях (29%). За последние 5 лет доля граждан, отмечающих наличие лидеров мнений в их социально-политических коммуникациях, выросла почти в 2 раза – с 29 до 53%. Особенно восприимчивы к установкам лидеров мнений граждане среднего и предпенсионного возрастных сегментов, а также те, кто регулярно интересуется политикой («политоманы»).

Табл. 2. Наличие лидеров мнений в текущей жизни россиян (в % от числа опрошенных, n=1050)

Показатели	Всего	Возраст					Уровень образования			Интерес к полит.событиям			
		18-24	25-35	36-49	50-65	Более 65	Общее	Среднее	Высшее	Полито	Умерен	Случай	Неполит
<i>Уд.вес в выборке</i>													

	00	3	6	3	2	6	8	1	1	4	6	1	
<b>Есть ли в Вашей жизни люди, которых Вы считаете лидерами мнений в социально-политической сфере?</b>													
1. Да	4	0	8	1	2	6	9	3	6	4	2	5	2
2. Нет	7	0	2	8	6	0	2	3	8	8	4	6	4
3. Иногда, в отд. случаях	9		0	1	2	4	0	4	7	8	5	9	4

Среду, в которой обсуждаются социально-политические проблемы, респонденты определяют в зависимости от интереса к конкретным событиям. Наиболее частой средой, для которой характерна высокая активность коммуникаций, является ближайшая среда – круг знакомых и рабочий коллектив (62-74%; табл. 3). Следует заметить, что круг друзей и знакомых – оптимальная среда обсуждения социально-политических проблем для старших возрастных групп (более 80% из них); рабочий либо учебный коллектив – для граждан среднего возраста, специалистов с высшим образованием. Молодежь активнее других групп использует для политических коммуникаций социальные сети и блоги; 28-29% молодых людей указали на эти каналы (в других сегментах – 16%). В отдельном учете – средняя величина, но в сочетании с используемыми офлайн-каналами общая доля молодежи, включенной в социально-политические обсуждения, составляет не менее 80%.

Табл. 3. Места обсуждения социально-политической информации (в % от числа опрошенных, n=1050)

Показатели	Всего	Возраст					Уровень образования			Интерес к полит. событиям			
		18-24	25-35	36-49	50-65	Более	Общее	Средне	Выше	Полито	Умерен	Случай	Неполи
<i>Уд.вес в выборке</i>													



	00	3	6	3	2	6	8	1	1	4	6	1	
<b>Где Вы, обычно, обсуждаете социально-политическую информацию?</b>													
1. Круг знакомых, друзей	4	7	7	2	1	1	9	9	2	1	6	9	8
2. Рабочий, учебный коллектив	2	4	2	6	2	0	8	0	3	6	6	7	9
3. Чаты, связанные с социально-политическими новостями	3	6	0	9	1	0	4	8	6	3	6	4	
4. Социальные сети, блоги	9	9	8	2	9	8	5	2	2	6	5	9	

Среди претендентов на роль лидеров мнений особое место занимают журналисты традиционных СМИ, коммуникаторы в новых медиа. Блогер, журналист, телеведущий, политический обозреватель, ведущий телешоу, режиссер, администратор группы в сети, чьи посты и образ жизни собирают подписчиков, - все они претендуют на роль лидера мнений. Респондентам был задан вопрос: «Какие СМИ у Вас вызывают больше доверия?» Согласно полученным данным, почти половина опрошенных граждан собирает информацию отовсюду, но выводы делает сама (рис. 1). Более трети респондентов высказали свое доверие официальным, государственным СМИ; в отличие от них - оппозиционным СМИ доверяет небольшое число опрошенных (5%), а изданиям со статусом «иностранный агент» - еще меньше (1%). Доля тех, кто ответил - «никому не верю», составила 7% от числа опрошенных.

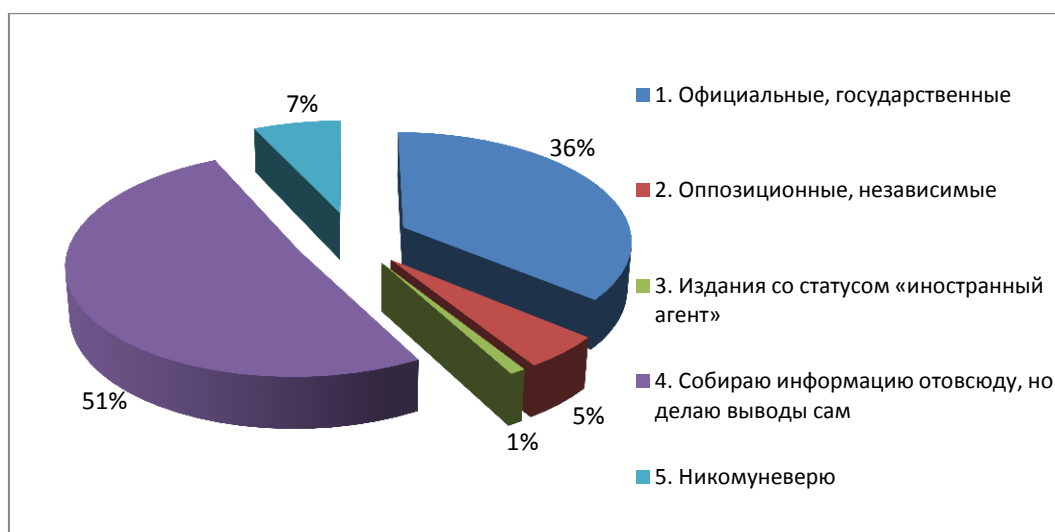


Рис. 1. Доверие населения к СМИ (в % от числа опрошенных, n=1050)

Из всех респондентов самый специфический взгляд на каналы коммуникаций у «политоманов» (тех, кто регулярно интересуется социально-политическими проблемами): среди них самый низкий уровень доверия информации на радио (индекс доверия -0,31; при максимальном значении+1); они используют, ноне доверяют социальным сетям (-0,36), блогам и форумам (-0,29). Они больше доверяют телевидению и специальным новостным сайтам (индекс доверия +0,42). Уровень доверия цифровым форматам социально-политической информации (чатам, соц. сетям, блогам) в целом невысокий; единственный сегмент, имеющий положительный индекс доверия, – граждане среднего возраста, от 36 до 50 лет; индекс составил +0,23 (ниже среднего уровня, но положительный).

В ходе исследования была предпринята попытка понять, какие профессиональные качества «коммуникаторов» характеризуют их как лидеров мнений. Респондентам был задан вопрос: «На Ваш взгляд, какие качества организаторов коммуникаций превращают их в лидеров мнений?» Согласно полученным данным, на первом месте оказалось владение интересной, полезной информацией (61%); на втором месте - умение вызывать отклик у аудитории (56%), компетентная аргументация своей позиции (54%); на третьем - активная жизненная позиция (42%). Около трети респондентов считают, что эрудиция, широкий кругозор (38%), вовлечённость в практику решения проблем (37%) и наличие широких социальных контактов (30%).

Отдельные позиции занимают политики, представители органов власти, которые по своему должностному положению обязаны демонстрировать лидерские позиции. Выбирая качества политиков, которые делают их лидерами мнений, респонденты построили следующий рейтинг: 1) эрудиция и широкий кругозор; 2) адекватное понимание ситуации и общих проблем; 3) порядочность и справедливость; умение общаться с аудиторией;

4) активная жизненная позиция, вовлечённость в решение проблем (таблица 4).

Табл. 4. Качества политиков - лидеров мнений (в % от опрошенных; n=1050)

Показатели	Всего	Возраст					Уровень образования			Интерес к полит.событиям			
		18-24	25-35	36-49	50-65	Более	Общее	Средне	Выше	Полит	Умере	Случа	Непол
<i>Уд.вес в выборке</i>	00	3	6	3	2	6	8	1	1	4	6	1	
<b>На Ваш взгляд, какие качества политиков делают их лидерами мнений?</b>													
1. Активная жизненная позиция	7	6	4	8	1	9	6	6	9	9	7	6	3
2. Молодой и средний возраст	7	3	9	6	8	7	7	0	3	0	3	0	3
3. Национальность, вера	0	3	9	6	2	6	0	9	2	3	6	4	9
4. Умеет общаться с аудиторией	2	0	4	3	4	5	3	4	9	0	7	0	2
5. Эрудиция, широкий кругозор	4	9	8	5	5	5	7	0	2	9	3	4	8
6. Вовлечённость в решение проблем	6	8	4	7	8	8	7	6	3	0	0	9	0
7. Адекватное понимание ситуации, острых проблем	7	8	8	9	1	6	1	7	5	9	5	0	9
8. Порядочность, справедливость	3	4	1	3	3	2	7	9	3	8	5	6	0
9. Партийная принадлежность	7	8	5	5	6	5	4	7	9	6	9	6	4

Респондентам был задан открытый вопрос: «Кому из политиков нашего времени Вы доверяете, кто для Вас является лидером мнений?»; было предложено написать свои варианты ответов. Две трети ответов (65%) связаны с федеральными политиками, среди них наиболее популярные: Владимир Путин, Сергей Лавров, Анатолий Антонов, Сергей Шойгу, Василий Небензя, Мария Захарова, Анна Попова, Михаил Мишустин. Треть

позиций заняли местные руководители, общественные деятели регионов. В ответах были пояснения, почему политики не становятся лидерами общественного мнения: «не желают знать и понимать проблемы людей» (48%), «преследуют личные интересы, служат власти, а не людям» (32%), «недостаточно общаются с населением» (20%).

Интересные данные получены в ответах на вопрос «Являетесь ли Вы сами человеком, к которому прислушиваются в коллективе по социально-политическим вопросам?». Анализ показал, что треть участников опроса видит в себе задатки лидера мнений, к которому прислушиваются члены коллектива по социально-политическим вопросам. Среди них представлены «политоманы», регулярно интересующиеся политикой, руководители среднего и высшего звена. Данный факт свидетельствует о том, что расширение круга граждан, включенных в социально-политические коммуникации и располагающих управленческими ресурсами, дает прирост лидеров мнений, со своими почитателями.

### **Выводы**

Результаты исследования показали, что лидеры мнений выполняют важную роль в процессе формирования общественного мнения по социально-политическим проблемам; они формируют эффекты в сознании населения в виде индивидуальных откликов, групповых реакций, распределения информации между социальными сегментами. Это происходит за счет наличия передовых знаний и позиции, соответствующей их политическим убеждениям и ценностям. Россияне признают лидеров мнений среди известных публичных личностей (политиков, журналистов, телеведущих, блогеров, представителей власти), но чаще - среди коллег, работающих с ними в одном коллективе, которые могут «фильтровать» сообщения, расставлять акценты.

Социально-политические сводки в СМИ безадресны и безымянны, сообщения лидеров мнений обладают и тем, и другим за счет специальных приемов коммуникаций, которые строятся на фундаменте профессиональных

и гражданских качеств. Граждане выделили такие качества лидеров мнений как владение интересной, полезной информацией; умение вызывать отклик у аудитории; компетентная аргументация позиции; активная жизненная позиция; эрудиция, широкий кругозор; вовлеченность в социальные практики. Политики могут претендовать на лидерские роли, если соответствуют еще двум условиям: 1) порядочность, справедливость; 2) регулярные контакты с населением. Местные представители органов власти редко посещают трудовые и учебные коллективы, что снижает их потенциал лидеров мнений.

За последние годы удельный вес граждан, отмечающих наличие лидеров мнений в их коммуникациях, вырос почти в два раза: половина опрошенных прислушивается к лидерам в социально-политической сфере, еще треть считает себя компетентным в сфере политики и выполняющим роль лидеров в ближнем окружении. Констатируем, что в условиях роста новых цифровых и электронных каналов коммуникаций фактическое формирование социально-политических мнений осуществляется в рамках трех-ступенчатой модели: I ступень - лидеры мнений-профессионалы (политики, журналисты, преподаватели-гуманитарии); II-я - лидеры мнений-любители (блогеры, «политоманы», активисты); III-я - группы населения (реципиенты). Усложнение модели необходимо учитывать специалистам в сфере политической рекламы и связей с общественностью.

### **Библиография**

*Дергунова Н.В., Завгородняя М.Ю.* Теории Пола Лазарфельда вне «власти времени» // Власть. 2014. № 8.

*Виловатых А.В.* Информационно-психологическое воздействие на массовое сознание в условиях новой политической реальности // Свободная мысль. 2019. №6 (167)

*Зорин В. А.* Политическое лидерство в контексте реформы местного самоуправления в Челябинске: политико-психологический анализ // Социум и власть. 2021. №4 (90)

*Калугина Е.Г.* Интернет-СМИ как субъект политической коммуникации: ключевые характеристики // Вопросы теории и практики журналистики. 2017. №3

*Каманина В. Е.* Новые медиа в контексте реализации журналистами функций «четвертой власти» // Известия Тульского государственного университета. Гуманитарные науки. 2021. №4

*Коблева З.Х., Суюхова А.М.* Социологические аспекты политического лидерства на современном этапе // Вестник Майкопского государственного технологического университета. 2019. №1.

*Колканов Н.Т.* Социально-политические основы формирования успешного политического лидера // Проблемы Науки. 2017. №35 (117).

*Назаров М.М.* Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. – М., 2002. 240 с.

*Современная элита России: политико-психологический анализ.* - М. : АРГАМАК-МЕДИА, 2015. 448 с.

*Усачёва В.* Власть и СМИ в России: как изменились их взаимоотношения? // Proetcontra. 2000. Т. 5, №4.

*Мартищенко Е. В.* Феномен общественного мнения в анализе социальных явлений // Социологический альманах. 2019. №10.

## References

Dergunova N.V., Zavgorodnaya M.Yu. (2014) Teorii Pola Lazarsfel'da vne «vlasti vremeni» [The theories of Paul Lazarsfeld outside the "power of time"]. In: *Vlast'* [Power]. No. 8.

Vilovatykh A.V. (2019) Informacionno-psihologicheskoe vozdejstvie na massovoe soznanie v uslovijah novo politicheskoy real'nosti [Informational and psychological impact on mass consciousness in the conditions of new political reality]. In: *Svobodnaja mysl'* [Free thoughts]. No. 6 (167).

Zorin V. A. (2021) Politicheskoe liderstvo v kontekste reformy mestnogo samoupravlenija v Cheljabinske: politiko-psihologicheskij analiz [Political leadership in the context of the reform of local self-government in Chelyabinsk: political and psychological analysis]. In: *Socium i vlast'* [Society and power]. №4 (90).

Kalugina E.G. (2017) Internet-SMI kak sub#ekt politicheskoy kommunikacii: kljuchevye harakteristiki [Internet media as a subject of political communication: key characteristics]. In: *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki* [Issues of theory and practice of journalism]. №3.

Kamanina V. E. (2021) Novye media v kontekste realizacii zhurnalistami funkcij «chetvertoj vlasti» [New media in the context of the implementation of the functions of the "fourth power" by journalists]. In: *Izvestija Tul'skogo gosudarstvennogo universiteta. Gumanitarnye nauki*. [Izvestiya Tula State University. Humanities]. No. 4.

Kobleva Z.H., Siyukhova A.M. (2019) Sociologicheskie aspekty politicheskogo liderstva na sovremennom jetape [Sociological aspects of political leadership at the present stage]. In: *Vestnik Majkopskogo gosudarstvennogo tehnologicheskogo universiteta* [Bulletin of the Maikop State Technological University]. №1.

Kolkanov N.T. (2017) Social'no-politicheskie osnovy formirovanija uspešnogo politicheskogo lidera [Socio-political foundations of the formation of a successful political leader]. In: *Problemy Nauki* [Problems of Science]. №35 (117).

Nazarov M.M. (2002) Massovaja kommunikacija v sovremennom mire: metodologija analiza i praktika issledovanij [Mass communication in the modern world: methodology of analysis and research practice]. M., 240 p.

Sovremennaja jelita Rossii: politiko-psihologicheskij analiz [The modern elite of Russia: a political and psychological analysis]. M. : ARGAMAK-MEDIA, 2015. 448 p.

Usacheva V. (2000) Vlast' i SMI v Rossii: kak izmenilis' ih vzaimootnoshenija? [Power and mass media in Russia: how has their relationship changed?]. In: *Pro et contra*. Vol. 5, No. 4.

Martischenkova E. V. (2019) Fenomen obshhestvennogo mnenija v analize social'nyh javlenij [The phenomenon of public opinion in the analysis of social phenomena]. In: *Sociologicheskij al'manakh* [Sociological Almanac]. №10.

### **Сведения об авторах**

*Шиняева Ольга Викторовна* – профессор, доктор социологических наук, заведующий кафедрой политологии, социологии и связей с общественностью Ульяновского государственного технического университета, Ульяновск, Россия; [olses@rambler.ru](mailto:olses@rambler.ru).

*Сизов Владислав Олегович* – аспирант кафедры политологии, социологии и связей с общественностью Ульяновского государственного технического университета, Ульяновск, Россия; [cool-vlad73@yandex.ru](mailto:cool-vlad73@yandex.ru),

*Olga V. Shinyaeva* – Professor, doctor of sociology, head of the Department of political science, sociology and public relations, Ulyanovsk state technical University, Ulyanovsk, Russia

*Sizov V. O.* – post-graduate student, Department of political science, sociology and public relations, Ulyanovsk state technical University, Ulyanovsk, Russia



## **ОБЗОРЫ И РЕЦЕНЗИИ**

Медведева Н.Е.

Москва, Россия

## **ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ НА СЛУЖБЕ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

*Аннотация.* В статье представлен обзор IV онлайн семинара РАОС-АПСО для преподавателей по специальности «Реклама и связи с общественностью» «Искусственный интеллект как эффективный инструмент коммуникации», проходившего 15 ноября 2023г. В мероприятии приняли участие преподаватели из вузов России и Республики Беларусь.

*Ключевые слова:* связи с общественностью, искусственный интеллект, цифровые технологии, нейросети.

Natalia E. Medvedeva

Moscow, Russia

## **ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN THE SERVICE OF PUBLIC RELATIONS**

*Abstract.* The article provides an overview of the IV online seminar of RAOS-APSO for university PR and advertising lectures “Artificial Intelligence as an effective communication instrument”, held on November 15, 2023. The event was attended by teachers from universities of Russia and the Republic of Belarus.

*Keywords:* public relations, artificial intelligence, digital technologies, neural networks

В четвертый раз Российская Академия общественных связей (РАОС) и Ассоциация преподавателей по связям с общественностью (АПСО) провели специальный онлайн семинар для преподавателей вузов, которые готовят студентов по специальности «Реклама и связи с общественностью». В этом году темой семинара стал искусственный интеллект как эффективный инструмент коммуникации.

Семинар проводился при поддержке Ассоциации консультантов по общественным связям (АКОС). Как и ранее, он имел целью приблизить учебные процессы в вузах страны к реальной практической деятельности в сфере коммуникаций.

Семинар открыли Виталий Расницын - Президент РАОС, Президент коммуникационной группы «Деловая лига», кандидат исторических наук и Людмила Минаева - почетный президент АПСО, заведующая кафедрой международной коммуникации МГУ имени М.В.Ломоносова, доктор филологических наук, Заслуженный профессор Московского университета.

Выступление Лилии Глазовой, генерального директора PR News, председателя АКОС «ГРЯДУЩЕЕ БУДУЩЕЕ ИЛИ ОСЯЗАЕМОЕ НАСТОЯЩЕЕ? В ЧЕМ РАЗНИЦА МЕЖДУ BIG DATA, AI И ML. КАК НАЙТИ ОБЩИЙ ЯЗЫК С ИИ» началось с разъяснения терминологии, которая употребляется, когда речь идет о современном уровне развития и применения цифровых технологий в коммуникациях. Если большие данные и машинное обучение уже давно используются коммуникаторами в сфере аналитики, то искусственный интеллект знаменует собой переход на принципиально новый уровень профессиональной деятельности PR-специалиста. Искусственный интеллект может заменить или стать отличным помощником PR-специалиста в творческих видах работы, например, при написании пресс-релизов, генерации изображений и текстов для социальных сетей.

Далее Лилия Глазова подробно остановилась на возможностях использования искусственного интеллекта в исследованиях. На конкретных

примерах она показала важность умения сформулировать точный и конкретный запрос. В настоящее время даже появилась профессия промпт-специалист (от англ. *prompt-specialist*), то есть специалиста, который может грамотно составить запрос для искусственного интеллекта. Возможно, в будущем в этой профессии не будет особой нужды, но в настоящее время она востребована потому, что грамотно и четко сформулированный запрос для искусственного интеллекта помогает коммуникатору решить с его (ИИ) помощью целый ряд профессиональных задач и сэкономить много времени. Если же в запросе использованы неточные данные, то «машину» легко можно «ввести в заблуждение», и пользователь получит некачественный продукт.

Завершила свое выступление Лилия Глазова очень интересным примером того, как через современные сериалы студентам можно помочь глубже понять смысл и возможности искусственного интеллекта.

Айта Лузгина, директор по развитию digital - агентства «Интериум» в своем выступлении «ОПАСНОСТИ И ПОЛЬЗА НЕЙРОСЕТЕЙ? В ЧЕМ РИСКИ? ПРОЕКТЫ ИИ», прежде всего, указала на те области деятельности, где нейросети используются PR-специалистами. В рекламе и связях с общественностью профессиональным коммуникаторам эта технология помогает собирать и анализировать информацию, создавать контент и писать отчеты. Часто нейросети становятся полезными при генерации развлекательного контента и создании различных визуальных эффектов. В настоящее время искусственный интеллект может выполнять и более креативные задачи. Так, например, АЗС «Газпромнефть» на две недели передала ведение соцсетей ИИ.

Айта Лузгина перечислила нейросети, которые могут принести пользу PR-специалисту, но при этом докладчик подчеркнула, с какими рисками профессионалы могут столкнуться, какие ограничения есть у этого инструмента.

В выступлении Александра Пугачевского, директора группы креативного продюсирования и Алины Кочетовой, промт-инженера, ГК «Михайлов и Партнеры» «НЕЙРОСЕТИ В КОММУНИКАЦИЯХ: РЕВОЛЮЦИЯ ИЛИ ЭВОЛЮЦИЯ? НОВЫЙ КЛАСС ТЕХНОЛОГИЙ, УВЕЛИЧЕНИЕ СКОРОСТИ И ЭФФЕКТИВНОСТИ В РЕШЕНИИ ЗАДАЧ» была подробно освещена работа промт-специалиста. Докладчики описали характеристики грамотного запроса для нейросети, используя конкретные примеры.

Чтобы получать ожидаемые положительные результаты, например, при подготовке текстов для социальных сетей, необходимо не только указать целевую аудиторию, но и дать характеристику платформы, описать язык и стиль текста, его тональность и многое другое.

Еще более строгие требования предъявляются к запросам по созданию искусственным интеллектом изображений. Для решения этой задачи следует оговорить субъект изображения, цвет, композицию, настроение, освещение и т.д. Поскольку знание и профессиональное владение языком помогает грамотно и более точно сформулировать запрос, весьма успешными людьми в этой профессии, как правило, являются филологи.

Созданные нейросетями продукты окружают нас на улицах города, на транспорте, в магазинах, поскольку сейчас практически нет рекламных объявлений, разработанных без помощи искусственного интеллекта, особенно это касается визуального компонента.

Дамир Фейзулов, SMM & Digital директор PR Partner в выступлении «БУДУЩЕЕ РЯДОМ. AI И КОММУНИКАЦИИ. ТОЧКИ ПЕРЕСЕЧЕНИЯ» в центр внимания поставил оппозицию «человек -искусственный интеллект». Несмотря на то, что искусственный интеллект уже широко используется в практике коммуникации, главным в этом процессе все равно остается человек. Докладчик подчеркнул, что искусственный интеллект может быть весьма эффективным помощником человека, но не стоит ждать от него оригинальности и креативности. Более того, созданный визуальный образ,

например, не может быть использован во многих случаях из-за отсутствия правовой базы: с таким образом нельзя заключить контракт. Иначе говоря, важно уметь грамотно использовать возможности искусственного интеллекта, но обольщаться его сверх способностями не стоит.

Далее докладчик перечислил ряд нейросетей, которые предлагаются коммуникаторам для решения разных задач. Однако каждый раз Дамир Фейзулов подчеркивал ограниченность возможностей нейросетей, выводя на первый план профессионального коммуникатора.

Доклад Андрея Чижана, директора аналитического департамента агентства Comunica «КАК ПИАРЩИКИ ИСПОЛЬЗУЮТ НЕЙРОСЕТИ? ИССЛЕДОВАНИЕ АГЕНТСТВА COMUNICA О ПЕРСПЕКТИВАХ ИИ В PR» основывался на опросах профессионалов об использовании нейросетей в их практике. Исследование показало, что большинство опрошенных имеют опыт использования нейросетей, и они согласны, что профессия меняется под их влиянием. Наиболее востребованными областями являются написание текстов и создание изображений.

74% профессионалов отметили, что опыт обращения к ресурсам искусственного интеллекта оказался удачным. При этом «задания», которые были поставлены перед ИИ сводились к подготовке пресс-релизов, созданию иллюстраций для презентаций и оценке тональности сообщений пользователей в социальных сетях. 26% профессионалов, чей опыт был неудачным, отметили, что в подготовленных нейросетью текстах содержалось много фактических ошибок, поэтому приходилось их перепроверять, кроме того, и сами тексты оказались стилистически несовершенны. Напрашивается логический вывод, сделанный докладчиком: «ИИ еще поучиться надо».

Заключило серию докладов выступление Михаила Виноградова, президента фонда «Петербургская политика» «ПЕРВЫЙ ГОД СНАТГРТ: ГЛАВНЫЕ НАДЕЖДЫ. ТРЕВОГИ И ОШИБКИ». Докладчик подробно рассмотрел разные группы пользователей нейросетей, разделив их на

продвинутых сторонников ИИ, разочаровавшихся, боящихся, скептиков и не понимающих, о чем вообще идет речь. Далее на большом количестве примеров он показал, с какими задачами ИИ может справляться продуктивно, а какие функции ему ни в коем случае поручать нельзя, поскольку это может оказаться весьма опасным.

В заключение докладчик сформулировал вызовы для гуманитарного образования и знания, которые возникли в связи с развитием искусственного интеллекта.

После каждого выступления слушатели задавали вопросы, уточняя отдельные положения доклада, а по окончании спецсеминара преподаватели поделились собственным опытом обращения к ИИ и обозначили те проблемы, которые сейчас возникли из-за активного развития ИИ и его проникновения в учебный процесс. Общий вывод практиков и преподавателей был следующим: конечно, нельзя сбросить со счетов использование искусственного интеллекта в разных областях нашей жизни, поэтому профессиональным коммуникаторам нельзя игнорировать это явление, но обращаться с данной технологией нужно очень осторожно, сознавая ее ограниченность ее возможностей.

Все слушатели отметили актуальность обсуждаемой темы, ее полезность с точки зрения университетского образования, высокий профессиональный уровень всех докладчиков и выразили благодарность РАОС и АПСО как организаторам такого полезного мероприятия.

### **Сведения об авторе**

*Медведева Наталья Евгеньевна* – кандидат филологических наук, доцент, доцент, кафедра теории преподавания иностранных языков факультета иностранных языков и регионоведения МГУ имени М.В. Ломоносова; [nemedvedeva@list.ru](mailto:nemedvedeva@list.ru)

*Medvedeva Natal'ya E.* – PhD (philology), Associate Professor; Associate Professor of the Department of Foreign Language Teaching Methodology, Faculty of Foreign Languages and Area Studies of Lomonosov Moscow State University; nemedvedeva@list.ru



Михайлов А.В., Комарицын С.Г.

Красноярск, Россия

**X МЕЖДУНАРОДНЫЙ СИБИРСКИЙ ИСТОРИЧЕСКИЙ ФОРУМ  
«РОССИЯ И СИБИРЬ: ИСТОРИЯ И КУЛЬТУРА»  
В КРАСНОЯРСКЕ**

*Аннотация.* Международный Сибирский исторический форум проводится в Красноярске уже в десятый раз. Форум собрал более 1000 специалистов в разных областях: историков, краеведов, археологов, филологов и социологов. Форум предоставил площадку для научных дискуссий, которые составили основу для осмысления исторического прошлого Сибири и перспектив ее развития.

*Ключевые слова:* история Сибири, развитие Сибири, территориальный брендинг

A. V. Mikhaylov, S. G. Komaritsyn

Krasnoyarsk, Russia

**X INTERNATIONAL SIBERIAN HISTORICAL FORUM "RUSSIA AND  
SIBERIA: HISTORY AND CULTURE" IN KRASNOYARSK**

*Abstract.* The International Siberian Historical Forum is being held in Krasnoyarsk for the tenth time. The Forum brought together more than 1,000 specialists in various fields: historians, local historians, archaeologists, philologists and sociologists. The Forum provided a platform for scientific discussions, which

formed the basis for understanding the historical past of Siberia and the prospects for its development.

*Key words:* history of Siberia, development of Siberia, territorial branding

18–20 октября 2023 года в г. Красноярске состоялся X-ый Международный Сибирский исторический форум «Россия и Сибирь: история и культура».

Организаторами Форума выступили Администрация Губернатора Красноярского края, Законодательное Собрание Красноярского края, архивное агентство Красноярского края. Организационные партнеры форума — Министерство науки и высшего образования РФ, Российское историческое общество, Русское географическое общество, академические институты и вузы.

В работе Форума приняли участие более 1000 исследователей России и ряда других стран. Среди них руководители институтов РАН А.П. Деревянко, А.В. Головнев, В.М. Рынков и другие. На Форуме представлено 679 научных докладов для публикации, проведены заседания 51 секции и круглых столов, 6 открытых лекций, 4 творческие встречи, 9 мастер-классов, 4 выставки. Ряд секций и круглых столов были посвящены методике преподавания истории и краеведения в школе и вузах, музейному делу.

Сибирский исторический форум является мероприятием, направленным на сохранение исторического и духовного наследия народов Сибири, России в целом и Центральной Азии, консолидацию органов государственной власти и местного самоуправления, ученых, общественности в вопросах патриотического воспитания, формирования активной жизненной позиции молодежи. Это единственная в азиатской части России дискуссионная площадка, объединяющая различные звенья исторического образования.

Красноярск проявляет себя как важный центр исторической науки в России наряду с Барнаулом, Новосибирском, Москвой и Санкт-Петербургом. Подобного рода мероприятия были проведены в нашей стране в 2019 и 2023 годах в Санкт-Петербурге (I-ый и II-ой Санкт-Петербургские Международные исторические форумы). По своим целям и содержанию они носили тематический характер, а по количеству участников уступают описываемому в данном тексте Форуму. Регулярность проведения Форума в Красноярске неуклонно повышает его авторитет в научном сообществе.

В рамках Форума состоялась конструктивная дискуссия относительно методологического понимания значения истории в современном обществе, ее значения для воспитания молодежи, проблемы восприятия традиционных ценностей, технологий трансляции исторической памяти. Участники Форума признали высокую роль исторического знания в развитии личности современного гражданина, ее критического мировоззрения.

Участники Форума приняли рекомендации, где сказано о развитии Сибирского региона: у региона есть уверенное будущее в связи с поворотом России на Восток — благодаря географическому положению и индустриальному потенциалу, в котором заинтересованы азиатские партнеры, но важно, чтобы экономическое взаимодействие не привело к критической зависимости от узкого круга международных акторов Востока.

Важным следует признать участие исследователей в разработке стратегий не только социально-экономического свойства, но также в определении путей трансформации региональных и федеральных политических систем. Следует озаботиться маркетинговыми программами формирования положительного образа отдельных регионов и России по направлениям повышения туристической и инвестиционной привлекательности.

Среди рекомендаций Форума в его итоговой резолюции нашли место также положения о популяризации историко-культурного наследия.

В частности, отмечено, что необходимо развивать поиск путей интеграции традиционной историко-культурной среды в жизнь современного общества, уделяя внимание архитектурно-градостроительному брендингу территорий, сохранению аутентичности городов и поселений, раскрытию их потенциала через историко-культурное и природное наследие.

Наибольший интерес для сообщества коммуникаторов, конечно же, представляет углубляющееся понимание роли объективного своевременного информирования широких слоев общественности и научной целевой аудитории об историческом прошлом России и ее народов.

В этой связи крайне важно участие в Форуме виднейших коммуникаторов России, среди которых проф. А.Н. Чумиков, И.Е. Минтусов, проф. Л.В. Минаева, проф. А.В. Чечулин.

Профессор А.Н. Чумиков стал модератором пленарной дискуссии Форума, открывающей его содержательную часть, — «Технологии трансляции исторической памяти».

Обсуждение тезисов концепции нового учебно-методического комплекса по отечественной истории, где подчеркивается, что история России должна излагаться в связи с мировой историей и описывать поступательное развитие Российского государства, вызвало ряд острых суждений. Концепция содержит перечень «трудных вопросов истории России», на которые важно искать актуальные ответы. Говорится, что необходимо «исключить возможность возникновения внутренних противоречий и взаимоисключающих трактовок исторических событий, в том числе имеющих существенное значение для отдельных регионов России». Подчеркивается, что «новая концепция выступает в качестве общественного договора, предлагающего взвешенные точки зрения на дискуссионные вопросы отечественной и всеобщей истории». В концепции фигурируют 20 «трудных вопросов» по России в целом. Подобные вопросы требуют осмысления и в Сибири.

Академик РАН и сопредседатель Российского исторического общества А.П. Деревянко остановился на проблемах исторического образования и воспитания молодежи, в первую очередь школьников. Тему продолжил доктор исторических наук, директор Института истории Сибирского отделения РАН (Новосибирск) В.М. Рынков, который обратил внимание на необходимость продвижения исторических знаний не только посредством «книжного» учебника, но и с помощью интернет-коммуникаций, включая социальные сети. По его меткому выражению, «работу нужно вести в формате Тик-Ток».

Ректор Кыргызско-Российского Славянского университета (г. Бишкек, Республика Кыргызстан) Д.В. Фомин-Нилов подчеркнул, что в основе учебников и других форматов исторических знаний должна лежать четкая мировоззренческая установка, предполагающая единое ключевое понимание происходящих в России исторических процессов.

Ректор Сибирского федерального университета М.В. Румянцев рассказал о системе работы университета по формированию у студентов целостных исторических знаний.

Главный научный сотрудник Государственного исторического музея доктор филологических наук, профессор Е.М. Юхименко поделилась опытом ГИМ по продвижению ведущих событий и артефактов российской истории. Ею подчеркнута роль музейных учреждений и исследователей в трансляции исторического опыта и ценностей народа.

В работе дискуссионной площадки «Будущее Сибири в контексте исторического знания» ключевым стало выступление экс-губернатора Красноярского края, члена Совета Федерации доктора юридических наук, профессора, президента Сибирского федерального университета А.В. Усса. Сенатор рассказал о том, что, будучи заместителем председателя Комитета по федеративному устройству и региональной политике, выдвинул ряд инициатив по развитию Сибири. В работе площадки в качестве

сомодераторов поочередно выступили А.Н. Чумиков, Л.В. Минаева, И.Е. Минтусов, А.В. Чечулин.

В сентябре 2023 года А.В. Усс в ходе сессии Восточного экономического форума «Роль Сибири в развороте на Восток — как использовать дальневосточный опыт» предложил создать Корпорацию развития Сибири. По мнению сенатора, создание специализированной федеральной структуры позволит эффективнее решать многие вопросы. Председатель Совета Федерации В.И. Матвиенко поручила сенатору подготовить предложения о создании специального формата (комиссии или совета) для разработки конкретных шагов по развитию Сибири.

А.В. Усс высказался о необходимости регулярных заседаний в работе Сибирского (экспертного) клуба, частью которого стал и формат площадки Форума, и обратился к экспертам с призывом к формированию конкретных предложений.

Такие предложения со стороны представителей Красноярска, Москвы, Санкт-Петербурга, Новосибирска, Иркутска, Республики Хакасия и других регионов последовали. Они касались широкого спектра вопросов: исторического знания и исторической памяти; цивилизационного будущего Сибири, ее социокультурного потенциала и места в России и Евразии, «поворота на Восток», сохранения человеческого потенциала и качественного состава населения, экономических моделей и реформы управления, экологической стратегии и др.

Дискуссионными стали вопросы о необходимости создания новых организационных (государственных) структур для развития Сибири, были высказаны опасения о бюрократизации процесса. Еще более остро был встречен вопрос о формировании «сибирской идентичности», и мнение о приоритетности в текущий момент заботы об общероссийской идентичности было воспринято с живым одобрением.

Как считает проф. Л.В. Минаева, при реализации положений Стратегии социально-экономического развития Сибирского федерального округа до

2035 года, цель которой — обеспечить мощный рывок в развитии Сибири, обеспечивающий платформу для перестройки ориентированной на Запад экономики России в сторону Глобального Юга и, прежде всего, в сторону стран Юго-Восточной Азии, имеет смысл учесть опыт других стран, и прежде всего нашего близкого соседа — КНР. В частности, полезно изучить опыт Пилотной зоны регионально-экономического сотрудничества «Китай – ШОС» в г. Циндао (провинция Шаньдун). Превращение Красноярского края в платформу, интегрирующую торгово-экономические и логистические связи производственных структур и транспортной инфраструктуры края, а также укрепление культурно-гуманитарных связей университетов и научных центров даст мощный импульс формированию архитектоники открытости России в плане международного сотрудничества.

И далее, по мнению Л.В. Минаевой, при этом целесообразно предусмотреть централизованное руководство такой платформой, поскольку в Стратегии указано очень много задействованных структур как государственных, так и частных, что затруднит ее реализацию. Такой центр с правом принятия управленческих решений позволит согласовывать и синхронизировать действия участвующих в данном процессе структур, а также ее будет легко контролировать.

Проф. А.В. Чечулин предложил свои впечатления о проблемах, поднятых на Форуме и его площадках. Самое важное, по его мнению, новое прочтение истории дает моральное право действовать, отсюда интерес В.В. Путина, С.Е. Нарышкина (как председателя Российского Исторического общества), В.Р. Мединского (как руководителя Российского Военно-исторического общества), С.К. Шойгу (в данном случае как президента Русского географического общества) к истории. Сибирский исторический форум — в тренде на субрегиональном уровне.

Следующее, как полагает А.В. Чечулин, — большому региону нужны экспертные площадки, обобщающие элитные интересы и сигналы «почвы». В данном случае услышан призыв фиксации, прояснения и продвижения

сибирской идентичности на базе понимания общих экономических интересов, общей истории с учетом культурной и ментальной специфики автохтонных этносов.

Работа площадки о будущем Сибири и России, конечно же, не исчерпывалась описанными мнениями, но важно то, что обсуждение видения прошлого соотносилось с футуристическим предвидением, прогнозированием, а далее — планированием. На каждом из этих этапов роль коммуникационной составляющей трудно переоценить, в связи с чем инициаторы организации подобной площадки Сибирского исторического форума С.Г. Комарицын и А.В. Михайлов считают свою миссию и выполнимой, и на данном этапе выполненной.

Еще одной составной частью форума стала работа секции «Тюрко-славянское взаимодействие в медиапространстве Сибири и Дальнего Востока». Модератором секции стал директор департамента медиа Санкт-Петербургской школы гуманитарных наук и искусств НИУ ВШЭ Н.А. Аргылов. Г.Д. Джунушалиева, заведующая кафедрой рекламы и связей с общественностью Киргизско-Российского Славянского университета (г. Бишкек, Республика Кыргызстан), представила доклад «Влияние гражданских движений на социальную безопасность медиапространства стран Большого Алтая», а Р.Ш. Зайнулин из того же университета рассказал о территориальном брендинге как инструменте формирования уникальной конкурентной идентичности Кыргызстана.

М.Р. Баринаова сообщила о восприятии межэтнических различий и сходств в молодежной среде города Красноярска, а А.В. Михайлов рассказал о подходах к анализу медиаконтента средств массовой информации в отношении тематики тюрко-славянского взаимодействия. Интересные сообщения предложили Д.О. Байгожина из Евразийского национального университета им. Л.Н. Гумилева (г. Астана, Республика Казахстан) — «Межкультурное взаимодействие в медиапространстве Казахстана», Р.М. Токсоналиева из Кыргызского национального университета имени



Жусупа Баласагына — «Направления и критерии социальной безопасности медиапространства». Т.В. Михайлова (Университет Решетнева) доложила о наблюдениях над образом врага в русском эпосе и эпических традициях тюрков Сибири и Дальнего Востока, а Т.В. Тарасенко (из этого же университета) представила доклад «Продукты питания и внутреннего потребления» в «Краткой летописи Енисейского уезда и Туруханского края Енисейской губернии (1594 – 1893 гг.)» А.И. Кытманова». Н.А. Аргылов подытожил работу секции сообщением «Проблема репрезентации патриотизма в массмедиа Якутии и Чукотки».

В дополнение к научно-творческой составляющей Сибирский исторический форум предложил гостям и насыщенную культурную программу. Тем не менее перед некоторыми участниками встала и другая задача — выступления с мастер-классами перед студентами вузов Красноярска.

В Университете Решетнева блестящую серию встреч с молодыми коммуникаторами провели А.В. Чечулин (мастер-класс «Брендинг территории: технологии и эффективность»), Л.В. Минаева (мастер-классы «Международная стратегическая коммуникация и ее составляющие», «Международная стратегическая коммуникация как инструмент продвижения национальных интересов на примере инициативы “Один пояс, один путь”»), И.Е. Минтусов («Коммуникации для кого и для чего?»), Н.А. Аргылов («Коммуникации, построенные на смыслах: аудитория, эффекты»). Студенты и преподаватели вуза были не только впечатлены «блицами», но и заражены оптимизмом мастеров коммуникаций. Университет Решетнева ждет новых встреч и мастер-классов с идеями и решениями.

Необходимо добавить, что проф. А.Н. Чумиков деятельно участвует в брендинге визитной карточки Красноярска — посещая при каждом приезде в «Центр России» Красноярск (хотя это буквально и географически так, но всегда поражает размахом страны) заповедник «Столбы» и подтверждая свои

компетенции как альпиниста и «столбиста». Напротив, директор департамента медиа Санкт-Петербургской школы гуманитарных наук и искусств НИУ ВШЭ Н.А. Аргылов потрудились дополнительно на уровне работы с молодежью, выступив на круглом столе для студентов и учащихся в рамках Форума.

В завершение. Каждый из гостей Красноярска и Сибирского исторического форума знает, что гастрономической столицей Сибири (а скоро — и России) является именно этот город на Енисее (так полагает Национальная ресторанный премия WhereToEat). Сибирский исторический форум позволяет уделить и этому аспекту брендинга территории достойное внимание, ведь на XI-ом форуме будет действовать секция «История сибирской кухни и традиции гостеприимства».

Особенное звучание Форуму – 2024 придаст 100-летие со дня рождения писателя В.П. Астафьева. К юбилею знатного сибиряка в его родном селе Овсянка будет открыт Национальный культурный центр имени В.П. Астафьева.

### **Сведения об авторах**

*Михайлов Алексей Валерианович* – кандидат филологических наук, доцент, заведующий кафедрой общественных связей, Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М.Ф. Решетнева, г. Красноярск; avm\_2006\_64@mail.ru.

*Mikhaylov A. V.* – Ph.D. in Philological Science, Associate Professor, Head of the Public Relations Department, Reshetnev Siberian State University of Science and Technology, Krasnoyarsk; avm\_2006\_64@mail.ru.

*Комарицын Сергей Гурьевич* – кандидат исторических наук, доцент кафедры общественных связей, Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М.Ф. Решетнева, г. Красноярск; tranzitmoment@mail.ru.

*Komaritsyn S.G.* - Ph.D. in Historical Sciences, Associate Professor of the Public Relations Department, Reshetnev Siberian State University of Science and Technology, Krasnoyarsk; tranzitmoment@mail.ru.

Минаева Л.В.

Москва, Россия

## **ПАМЯТИ ЕЛЕНА ПАВЛОВНЫ СМОЛЬСКОЙ**

Liudmila Minaeva

Moscow, Russia

## **IN MEMORY OF ELENA PAVLOVNA SMOLSKAYA**

21 ноября 2023г. ушла из жизни Елена Павловна Смольская, кандидат исторических наук, доцент МГИМО(У) РФ.

Елена Павловна была первой заведующей кафедрой связей с общественностью, образованной в МГИМО. Я познакомилась с ней в 2001г., когда пришла в МГИМО оформлять лицензию на открытие специальности «Связи с общественностью» для МГУ имени М.В.Ломоносова. В тот период МГИМО возглавлял Учебно-методическое объединение по международным отношениям, регионоведению и связям с общественностью, и без заключения учебно-методического совета по этой специальности нельзя было ее открыть даже в первом вузе страны. В отличие от некоторых других чиновников от образования, с которыми я вынуждена была иметь дело и которые с радостью подчеркивали, что МГУ пришел на поклон в МГИМО, Елена Павловна всегда была тактична, внимательна и готова помочь при решении различных бюрократических вопросов. С этого времени началась наша дружба.

Вместе с Еленой Павловной мы занимались многими проектами, связанными с подготовкой студентов в области связей с общественностью. Как член жюри Всероссийского открытого студенческого конкурса «Хрустальный Апельсин», Всероссийского Фестиваля с международным участием LEPI «PR –профессия третьего тысячелетия» (Санкт-Петербург), Всероссийской студенческой Олимпиады по связям с общественностью (Казань) Елена Павловна всегда была строгим и справедливым экспертом.

Сама, будучи прекрасным специалистом по коммуникации, она никогда не допускала малейшей небрежности в студенческих работах. В МГИМО она читала курсы по рекламе и журналистике, руководила курсовыми и дипломными работами, причем не только на факультете международной журналистики, но и в Бизнес-школе МГИМО. На студенческих мероприятиях она внимательно анализировала представленные проекты.

Постоянно занимаясь научной работой, она щедро делилась своими знаниями со студентами и коллегами. Е.П. Смольская опубликовала монографию по рекламе, целый ряд статей, выступала с докладами на конференциях, в том числе международных за рубежом. В последние годы она все больше стала интересоваться корпоративной социальной ответственностью и опубликовала на эту тему учебное пособие.

Елена Павловна Смольская была членом АПСО с первого дня ее основания и принимала активное участие во всех ее проектах. Отличный специалист и прекрасный товарищ, который всегда был готов помочь не словами, а делом. Большой вклад она внесла в развитие и нашего журнала «Российская школа связей с общественностью», в редколлегию которого Елена Павловна входила с самого начала.

Члены АПСО, которые вместе с ней принимали участие в разных мероприятиях, помнят Елену Павловну и как неконфликтного, веселого человека с тонким чувством юмора. Обаятельная женщина, она всегда могла найти приятное слово для любого человека и снизить градус напряжения в спорах коллег. По окончании тяжелого дня, когда все были уже измотаны бесконечным судейством на разных конкурсах Олимпиады или Фестиваля, мы собирались в гостинице, и на этих встречах было много веселья и песен. Да, Елена Павловна прекрасно пела и особенно русские романсы. Ее любимыми были романсы «Утро туманное» и «Я ехала домой». Ее очень музыкальное и проникновенное пение заставляло слушателей притихнуть на

какое-то время, а потом Елена Павловна с удовольствием присоединялась к общему хору, исполнявшему русские народные и советские песни.

Красивая белокурая женщина, обаятельный человек, надежный товарищ – такой ее запомнят все ее коллеги и друзья.

Светлая память о Елене Павловне Смольской сохранится в наших сердцах.

## **Требования к оформлению материала для журнала «Российская школа связей с общественностью»**

### **1. Структура статьи**

В начале статьи указывается ФИО автора, полное название организации.

Далее указываются эти же данные на английском языке.

Статья сопровождается аннотацией (*abstract*) и ключевыми словами (*keywords*).

Объем **аннотации** (не более 150 слов), **ключевые слова** (не более 10) **на русском и английском языках** идут отдельными блоками.

В тексте статьи должны обязательно присутствовать следующие разделы: (а) постановка проблемы, (б) история вопроса, включая обзор литературы; (в) описание методики исследования, (г) полученные в ходе анализа результаты исследования; (д) перспективы дальнейшей исследовательской работы по указанной теме; (е) выводы объёмом не менее 2 абзацев.

В списке литературы должно быть не менее 12 источников.

В случае если материал был подготовлен в рамках грантов, то необходимо указывать данную информацию в завершении статьи.

Текст статьи должен быть четко структурирован, иметь внутреннее деление на подглавы.

### **2. ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ К ФОРМАТИРОВАНИЮ ПУБЛИКАЦИИ (ОТНОСЯТСЯ КО ВСЕМУ ТЕКСТУ, ВКЛЮЧАЯ ЗАГОЛОВОЧНЫЙ КОМПЛЕКС И СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ)**

Поля: левое поле 3 см, правое 2 см, верхнее 2 см, нижнее 2 см.

Шрифт и кегли: Times New Roman Cyr 14 (основной текст) и Times New Roman Cyr 12 (библиография и **References**). Название статьи набирается полужирным шрифтом 14 кеглем и располагается по центру.

Выравнивание: по ширине.

Абзацный отступ: 1,25 pt.

Междустрочный интервал: 1,5 pt.

Интервал между абзацами: 0 pt (увеличивать интервал или оставлять между абзацами пустые строки не нужно).

Рекомендуемый объем статьи – **20 тыс. знаков с пробелами**.

Указания классификаторов индексов и кодов - УДК, ББК, ГРНТИ, код ВАК специальности, которые можно найти в открытых источниках – например, по указанным ниже адресам:

- УДК: [http://en.wikipedia.org/wiki/Universal\\_Decimal\\_Classification](http://en.wikipedia.org/wiki/Universal_Decimal_Classification)
- ББК: <http://lib.luguniv.edu.ua/filial/download/total/BVK.pdf>
- ГРНТИ: <http://www.grnti.ru/>
- ВАК: <http://old.mon.gov.ru/work/nti/dok/>

### **3. Ссылки на литературу в тексте**

Ссылки на литературу даются внутри текста: в скобках указывается фамилия автора, год издания произведения и номер страницы, который отделяется от года двоеточием, например: [Пелипенко, 2015: 35].

При ссылке на книги или статьи, написанные совместно двумя или тремя авторами, указываются все авторы: [Булыгина, Шмелев, 1997: 15].

При ссылке на книги и статьи, написанные четырьмя и более авторами, следует перечислить первые четыре фамилии, а затем указать «и др.»; при ссылке на зарубежные издания – «et al.»: [Свитич, Смирнова, Ширяева, Шкондин и др., 2015], [Christians, Glasser, McQuail, Nordenstreng et al., 2009].

Если дается ссылка на сборник статей, вместо фамилии автора указывается фамилия ответственного редактора или составителя сборника с пометкой «ред.» или «ed.» в скобках, например: [Вырковский (ред.), 2012].

Если дается ссылка на материал, автор которого не известен (газетная заметка и т.д.), указывается одно или несколько слов из начала заголовка материала [Кризис на Украине, 2015].

#### **4. Библиография и References**

##### **Библиография**

Публикации располагаются в алфавитном порядке, сначала на русском языке (на кириллице), фамилии автора/авторов выделяются курсивом. Затем иностранные источники (на языке оригинала) в соответствии с английским алфавитом и оформляются по модели для иностранных источников. Выходные данные книг указываются полностью (город: издательство, год издания).

Для статей в журнале или сборнике обязательно указание начальной и конечной страниц статьи.

##### **References**

Список *References* содержит все публикации списка Библиографии в латинизированой (транслитерированной) форме, расположенные в соответствии с английским алфавитом. Сюда входят транслитерированные русскоязычные источники и источники на иностранных языках (на языке оригинала). При транслитерации рекомендуется использовать стандарт *BGN/PCGN (United States Board on Geographic Names / Permanent Committee on Geographical Names for British Official Use)*, рекомендованный международным издательством *Oxford University Press* как *British Standard*. Для удобства транслитерации текста в соответствии со стандартом *BGN* можно воспользоваться ссылкой: <https://www.transliteration.com/transliteration/en/russian/bgn-pcgn/>, где данная процедура осуществляется автоматически.

##### **Примеры оформления Библиографии и References**

###### **Библиография**

Анненкова И.В. Медиадискурс XXI века. Лингвофилософский аспект языка СМИ. М.: Изд-во Моск. ун-та; Фак. журн. МГУ, 2011.

Бахтин А. П. Немецкий орден в Палестине // Сайт Государственного архива Калининградской области. Дата размещения (если возможно). Дата обращения 12.12.2012. URL: <http://gako.name/index.php?publ=228&razd=213>



Деловая журналистика / А. Афанасьева, М. Блинова, Д. Борисьяк, В. Вайсберг и др. / отв. ред. А.В. Вырковский. М.: МедиаМир, 2012.

Пелипенко А.А. Контрэволюция как проявление глобального кризиса современного мира // Власть. 2015. № 6. С. 34–41.

Солганик Г.Я. О стиле современных газет // Дискурс и стиль: теоретические и прикладные аспекты / под ред. Г.Я. Солганика, Н.И. Клушиной, Н.В. Смирновой. М.: Флинта: Наука, 2014. С. 185–196.

Albarran A.B., Porco J.F. (1990) Measuring and analysing diversification of corporations involved in pay cable. *Journal of Media Economics* 3 (1): 3–14.

Byrne J. (1995) Disabilities in tertiary education. In: Rowan L. and McNamee J. (eds.) *Voices of a Margin*. Rockhampton: CQU Press.

Lowe G.F., Nissen C.S. (eds.) (2011). *Small among Giants: Television broadcasting in smaller countries*. Göteborg: Nordicom.

### References

Afanas'eva A., Blinova M., Borisyak D., Vaysberg V. et al. (2012) In: Vyrkovskiy A.V. (ed.) *Delovaya zhurnalistika* [Business journalism]. Moscow: MediaMir Publ.

Albarran A.B., Porco J.F. (1990) Measuring and analysing diversification of corporations involved in pay cable. *Journal of Media Economics* 3 (1): 3–14.

Annenkova I.V. (2011) *Mediadiskurs XXI veka. Lingvofilosofskiy aspekt yazyka SMI* [Media discourse of the XXI century. Linguistic and philosophical aspect of the language of the media]. Moscow: Moscow St. Univ. Publ.

Byrne J. (1995) *Disabilities in tertiary education*. In: Rowan L. and McNamee J. (eds.) *Voices of a Margin*. Rockhampton: CQU Press.

Giddens A. (1994) *Beyond Left and Right. The future of radical politics*. Cambridge: Polity Press.

Lowe G.F., Nissen C.S. (eds.) (2011) *Small among Giants: Television broadcasting in smaller countries*. Göteborg: Nordicom.

Pelipenko A.A. (2015) Kontrevolyutsiya kak proyavlenie global'nogo krizisa sovremennogo mira [Counterrevolution as a manifestation of Global crisis]. *Vlast'* 6: 34–41.

Solganik G.Ya. (2014) O stile sovremennykh gazet [On the style of modern newspapers]. In: Solganik G.Ya., Klushina N.I., Smirnova N.V. (eds.) *Diskurs i stil': teoreticheskie i prikladnye aspekty* [Discourse and style: theoretical and applied aspects]. Moscow: Flinta: Nauka Publ., pp. 185–196.

**Рукописи, оформленные не по указанным правилам, не публикуются, не рецензируются и не возвращаются авторам.**

### 5. Сведения об авторах

В конце текста статьи необходимо привести сведения об авторах, которые публикуются в конце статьи: фамилия, имя, отчество (полностью), ученая степень, звание, должность, название структурного подразделения и организации, адрес электронной почты и контактный телефон.

Сведения об авторах дублируются на английском языке.

**Заявки на публикацию  
и текст статьи в Альманах АПСО «Российская школа связей с  
общественностью» просим присылать на адрес: [apso\\_almanax@mail.ru](mailto:apso_almanax@mail.ru)**

**Представляя материал в редакцию, автор берёт на себя ответственность за достоверность изложенных в статье фактов, точность цитирования и корректность оформления ссылок. Изложенные в рукописи результаты исследования должны быть полностью оригинальными. В случае обнаружения ошибок или неточностей в представленном тексте (до или после публикации), автор должен немедленно уведомить об этом редакцию журнала.**

**После двойного слепого рецензирования редакционная коллегия Альманаха принимает решение о публикации материала, автору высылаются банковские реквизиты для оплаты публикации в размере 500 рублей. Члены АПСО публикуются бесплатно.**