



**Вестник Российского университета дружбы народов.**  
**Серия: ГОСУДАРСТВЕННОЕ И МУНИЦИПАЛЬНОЕ УПРАВЛЕНИЕ**

**2024 Том 11 № 3**  
**DOI 10.22363/2312-8313-2024-11-3**

**Научный журнал**  
**Издается с 2014 г.**

Издание зарегистрировано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор)

**Свидетельство о регистрации** ПИ № ФС 77-61271 от 03.04.2015 г.

**Учредитель:** Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»

**ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР**

**Иванов В.Г.,**

доктор политических наук, доцент кафедры государственного и муниципального управления, Российский университет дружбы народов, профессор кафедры государственного и муниципального управления ГУУ, Москва, Российская Федерация

**E-mail:** ivanov\_vg@rudn.ru

**ЗАМЕСТИТЕЛЬ**

**ГЛАВНОГО РЕДАКТОРА**

**Белоконов С.Ю.,**

кандидат политических наук, научный руководитель факультета социальных наук и массовых коммуникаций, Финансовый университет при Правительстве РФ, Москва, Российская Федерация

**E-mail:** SYUBelokonev@fa.ru

**ОТВЕТСТВЕННЫЙ**

**СЕКРЕТАРЬ**

**Минасян Г.С.,**

кандидат политических наук, ассистент кафедры государственного и муниципального управления, Российский университет дружбы народов, Москва, Российская Федерация

**E-mail:** minasyan\_gs@pfur.ru

**ЧЛЕНЫ РЕДКОЛЛЕГИИ**

**Барабашев А.Г.** — доктор философских наук, профессор, заведующий кафедрой государственной службы, декан факультета государственного и муниципального управления НИУ «Высшая школа экономики», г. Москва, Россия  
**Велива Д.С.** — доктор юридических наук, профессор Поволжского института управления РАНХиГС, г. Саратов, Россия

**Вертинский И.** — доктор философии, профессор, директор Центра международных исследований корпоративного и общественного управления, Университет Британской Колумбии, г. Ванкувер, Канада

**Вольманн Х.** — PhD, профессор публичного администрирования и общественной политики Берлинского университета имени Гумбольдта, г. Берлин, Германия

**Ворончук И.** — доктор экономических наук, профессор, глава департамента публичного администрирования факультета экономики и менеджмента Латвийского университета, г. Рига, Латвия

**Кочегура А.П.** — доктор философии (PhD), член Европейской Ассоциации специалистов в области государственного управления (EGPA), г. Москва, Россия

**Ма Ф.** — доктор наук, профессор института политологии и государственного управления, заведующий центром исследования России и Центральной Азии, вице-директор института исследования ШОС Шаньдунского университета, г. Циндао, КНР

**Марголин А.М.** — доктор экономических наук, профессор, заслуженный экономист Российской Федерации, проректор РАНХиГС, г. Москва, Россия

**Масленникова Е.В.** — кандидат социологических наук, руководитель отдела аналитических исследований Дирекции научно-технических программ, ведущий научный сотрудник Центра технологий государственного управления РАНХиГС, г. Москва, Россия

**Прокофьев С.Е.** — доктор экономических наук, профессор, ректор Финансового университета при Правительстве Российской Федерации, г. Москва, Россия

**Ропрет М.** — PhD, профессор кафедры государственного управления Университета Любляны, г. Любляна, Словения

**Стриелковский В.** — PhD, профессор, управляющий директор Пражского института повышения квалификации, г. Прага, Чехия, почетный профессор Уральского государственного экономического университета, г. Екатеринбург, Россия

**Хоппе Р.** — PhD, почетный профессор Школы менеджмента и государственного управления Университета Твенте, сотрудник Института науки о государственном управлении, сотрудник Нидерландского института управления, г. Энсхеде, Нидерланды

**Чуев С.В.** — кандидат исторических наук, заведующий кафедрой государственного и муниципального управления и советник ректора Государственного университета управления, г. Москва, Россия

**Шедлер К.** — PhD, профессор, директор Института менеджмента и государственного управления, Университет Санкт-Галлена, г. Санкт-Галлен, Швейцария

**Шульц Д.** — PhD, профессор кафедры политических наук Университета Хэмли, г. Сент-Пол, США

**Вестник Российского университета дружбы народов.  
Серия: ГОСУДАРСТВЕННОЕ И МУНИЦИПАЛЬНОЕ УПРАВЛЕНИЕ**

ISSN 2312-8313 (Print), ISSN 2411-1228 (Online)

Периодичность: 4 выпуска в год (ежеквартально).

Языки: русский, английский.

Входит в перечень рецензируемых научных изданий ВАК РФ по специальностям 5.2.1, 5.5.2, 5.5.3, 5.5.4 с 01.02.2022.

Материалы журнала индексируются на платформе РИНЦ Научной электронной библиотеки, Научная электронная библиотека «КиберЛенинка», Google Scholar, Ulrich's Periodicals Directory, WorldCat, Dimensions, East View, DOAJ.

**Цели и тематика**

Научный журнал «Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Государственное и муниципальное управление» – рецензируемое научное периодическое издание, учрежденное в конце 2013 года.

Цель издания: содействие развитию науки о государственном управлении и местном самоуправлении, ее популяризации в Российской Федерации, а также создание площадки для обсуждения междисциплинарной и практико-ориентированной проблематики государственного и муниципального управления.

На страницах журнала авторам статей, ученым и практикам, представляется возможность обсуждения основных идей и проблем государственного и муниципального управления, публикация результатов анализа актуальных вопросов государственного управления в России, теоретического осмысления тенденций и перспектив развития местного самоуправления, обобщения зарубежной практики и опыта публичного администрирования и менеджмента, освещения современных тенденций развития высшего профессионального образования в области государственного и муниципального управления и т.д.

Основные рубрики журнала: государственное управление: теория и практика, зарубежный опыт управления, становление и развитие местного самоуправления в России, культура управленческой деятельности, антология государственного управления и другие.

Читательская аудитория журнала: ученые и исследователи, практики государственного и муниципального управления, а также широкий круг читателей, интересующийся проблемами государственного и муниципального управления в Российской Федерации и других странах мира.

В редакционную коллегию журнала входят ведущие ученые и эксперты международного и национального уровня в сфере государственного и муниципального управления.

Редакционная коллегия журнала приглашает к сотрудничеству ученых, научных работников, аспирантов, работающих в сфере государственного и муниципального управления.

Правила оформления статей, архив и дополнительная информация размещены на сайте: <http://journals.rudn.ru/public-administration>

Электронный адрес: [pubadmj@rudn.ru](mailto:pubadmj@rudn.ru)

---

**Литературный редактор О.В. Горячева  
Редактор англоязычных текстов В.Г. Иванов  
Компьютерная верстка: И.А. Чернова**

**Адрес редакции:**

Российский университет дружбы народов им. Патриса Лумумбы  
Российская Федерация, 115419, Москва, ул. Орджоникидзе, д. 3  
Тел.: +7 (495) 955-07-16; e-mail: [publishing@rudn.ru](mailto:publishing@rudn.ru)

**Адрес редакционной коллегии журнала:**

Российская Федерация, 117198, Москва, ул. Миклухо-Маклая, д. 10, корп. 2  
Тел.: +7 (495) 434-21-12; e-mail: [pubadmj@rudn.ru](mailto:pubadmj@rudn.ru)

---

Подписано в печать 23.10.2024. Выход в свет 28.10.2024. Формат 70×108/16.

Бумага офсетная. Печать офсетная. Гарнитура «Times New Roman».

Усл. печ. л. 9,45. Тираж 500 экз. Заказ № 1072. Цена свободная

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования

«Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы» (РУДН)

Российская Федерация, 117198, Москва, ул. Миклухо-Маклая, д. 6

Отпечатано в типографии ИПК РУДН

Российская Федерация, 115419, Москва, ул. Орджоникидзе, д. 3

Тел.: +7 (495) 952-04-41; [publishing@rudn.ru](mailto:publishing@rudn.ru)



## RUDN JOURNAL OF PUBLIC ADMINISTRATION

2024 Volume 11 Issue 3

DOI 10.22363/2312-8313-2024-11-3

Scientific journal

Founded in 2014

Founder: Peoples' Friendship University of Russia named after Patrice Lumumba

---

### EDITOR-IN-CHIEF

**Vladimir G. Ivanov**,  
Doctor of Political Sciences,  
Associate Professor of the  
Department of State and  
Municipal Management, RUDN  
University; Full Professor of The  
State University of Management,  
Moscow, Russian Federation  
**E-mail:** ivanov\_vg@rudn.ru

### DEPUTY EDITOR-IN-CHIEF

**Sergey Y. Belokonev**,  
PhD in Political Science,  
Scientific Supervisor of the  
Faculty of Social Sciences  
and Mass Communications,  
Financial University under the  
Government of the Russian  
Federation; Associate Professor  
of the Department of State and  
Municipal Administration, The  
State University of Management,  
Moscow, Russian Federation  
**E-mail:** SYUBelokonev@fa.ru

### EXECUTIVE SECRETARY

**Garush S. Minasyan**  
PhD in Political Science,  
Assistant at the Department of  
State and Municipal Management,  
RUDN University, Moscow,  
Russian Federation  
**E-mail:** minasyan\_gs@pfur.ru

### EDITORIAL BOARD

**Aleksey G. Barabashev** — Doctor of Economics, Professor and Head of the Civil Service Department, Dean of the Public Administration Department, National Research University Higher School of Economics, Moscow, Russian Federation

**Sergey V. Chuev** — PhD in History, Head of the Department of State and Municipal Administration, The State University of Management, Moscow, Russian Federation

**Robert Hoppe** — PhD, Honorary Professor, University of Twente, Enschede, Netherlands

**Aleksandr P. Kochegura** — PhD in Philosophy, European Association of Professionals in Public Administration (EGPA), Moscow, Russian Federation

**Fenshu Ma** — PhD, Professor, at the Institute of Political Science and , Head of the Center for Russian and Central Asian Studies, Vice Director of the SCO Research Institute, Shandong University, Qingdao, People's Republic of China

**Andrey M. Margolin** — Doctor of Economics, Full Professor, Honored Economist of Russia, Pro-Rector of The Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration under the President of the Russian Federation, Moscow, Russian Federation

**Elena V. Maslennikova** — PhD in Sociology, Head of Analytical Research Department; Leading Researcher of the Center of State Management Technologies, Russian Academy of National Economy and Public Administration under the President of the Russian Federation, Moscow, Russian Federation

**Stanislav E. Prokof'ev** — Doctor of Economics, Rector of Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russian Federation

**Marko Ropret** — PhD, Professor of the Department of Public Administration, University of Ljubljana, Ljubljana, Slovenia

**Kuno Schedler** — PhD, Professor and Director of the Institute of Management and Public Administration, University of St. Gallen, St. Gallen, Switzerland

**David Schultz** — PhD, Professor of The Political Science Department, Education University of Hamlin, Saint Paul, United States

**Wadim Strielkowski** — PhD, Professor, Managing Director of Prague Institute for Qualification Enhancement, Prague, Czech Republic; Emeritus professor of Ural State University of Economics, Ekaterinburg, Russian Federation

**Dzhamilya S. Velieva** — Doctor of Law, Professor and Head of the Department of Constitutional and International Law, Povolzhsky Institute of Management RANEP, Saratov, Russian Federation

**Ilan Vertinsky** — PhD, Professor and Director of Center for International Studies, Corporate and Public Administration, University of British Columbia, Vancouver, Canada

**Inesa Voronchuk** — Doctor of Economics, Professor and Head of Public Administration Department of Economics and Management Faculty, Latvian University, Riga, Latvia

**Hellmut Wollmann** — Doctor of Law, Professor of Public Administration and Public Policy Department, Berlin Humboldt University, Berlin, Germany

**RUDN JOURNAL OF PUBLIC ADMINISTRATION**  
**Published by Peoples' Friendship University of Russia**  
**named after Patrice Lumumba**  
**(RUDN University), Moscow, Russia**

**ISSN 2312-8313 (Print), ISSN 2411-1228 (Online)**

Publication frequency: quarterly.

Languages: Russian, English.

Indexed in Russian Index of Science Citation, Google Scholar, Ulrich's Periodicals Directory, WorldCat, Cyberleninka, Dimensions, East View, DOAJ.

**Aim and Scope**

“RUDN Journal of Public Administration” is a specialized peer-reviewed scientific journal established in 2013, and a quarterly publication. The Editorial Board of the journal includes renowned researchers from Russia, Canada, Germany, Poland, Latvia, Slovenia, Czech Republic, Netherlands, Switzerland and the USA.

The mission of the journal is boosting research efficiency in the field of public administration on theoretical and applied levels, as well as creation of an international platform to discuss interdisciplinary and practice-oriented perspectives and best practices of public administration.

The journal encourages the authors to discuss current concepts, ideas and problems of public administration, analyze contemporary issues of public administration, the trends and prospects of local government development, evaluate and conceptualize international practices and experience of public administration and management.

The main journal sections are: “Current Problems of Public Administration”, “Theory and Practice of Public Administration”, “International Experience of Public Administration”, “Formation and Development of Local Government”, “Academic Life” and others.

The journal is designed for publishing the results of independent and original research works by researchers, officials in the sphere of public administration, professors of Universities and other scientific centers in the form of articles, review materials, scientific reports, and bibliographical reviews on certain subjects and within selected scientific areas.

The target international audience of the journal are researchers, practitioners and postgraduate students who are interested in problems and perspectives of public administration. The Journal can be useful for decision-making experts, information and analytical departments of governments, political and public organizations and commercial institutions.

The journal editorial board includes leading scientists and experts on international and national levels. Further information regarding notes for contributors, editorial policies, subscription and archive is available at <http://journals.rudn.ru/public-administration>

E-mail: [pubadmj@rudn.ru](mailto:pubadmj@rudn.ru)

---

**Review Editor O.V. Goryacheva**

**English Text Editor V.G. Ivanov**

**Layout Designer I.A. Chernova**

**Address of the editorial board:**

Peoples' Friendship University of Russia named after Patrice Lumumba (RUDN University)

3 Ordzhonikidze St, Moscow, 115419, Russian Federation

Ph.: +7 (495) 955-07-16; e-mail: [publishing@rudn.ru](mailto:publishing@rudn.ru)

**Address of the editorial board of RUDN Journal of Public Administration:**

10 Miklukho-Maklaya St, bldg 2, Moscow, 117198, Russian Federation

Ph.: +7 (495) 434-21-12; e-mail: [pubadmj@rudn.ru](mailto:pubadmj@rudn.ru)

---

Printing run 500 copies. Open price

Federal State Autonomous Educational Institution of Higher Education

“Peoples' Friendship University of Russia named after Patrice Lumumba” (RUDN University)

6 Miklukho-Maklaya St, Moscow, 117198, Russian Federation

Printed at RUDN Publishing House:

3 Ordzhonikidze St, Moscow, 115419, Russian Federation

Ph.: +7 (495) 952-04-41; e-mail: [publishing@rudn.ru](mailto:publishing@rudn.ru)

## СОДЕРЖАНИЕ

### АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ

- Путимцев Д.Н., Ордынская Е.В.** Отдельные аспекты трансформации отечественной налоговой системы в современных условиях ..... 293
- Толочко А.В., Фоменко С.С.** Имидж политического субъекта в региональном измерении: специфика формирования и особенности восприятия общественным мнением ..... 302
- Меркушева А.С., Тузова Е.А., Гришанин Н.В.** Цифровые технологии в формировании имиджа политической элиты Санкт-Петербурга ..... 312
- У Тин.** Основные тенденции развития языковой политики России ..... 320

### УПРАВЛЕНИЕ МЕДИАОБРАЗОВАНИЕМ

- Канцева А.А., Ovechkina A.Y., Nakisbaev D.V.** Explorative Analysis of the Impact of Radio Media on the Development of Critical Media Literacy (Эксплоративный анализ влияния радиомедиа на развитие критической медиаграмотности) ..... 327
- Колесниченко А.А., Щедрина Е.В., Канцев А.Б.** Сторителлинг и педагогическое мастерство в контексте предпрофессионального медиаобразования ..... 333
- Овечкина А.Ю., Лагуткина М.Д., Заец В.Р.** Синергический эффект SMM-менеджмента в контексте формирования медиаобразовательной среды: стратегии и тенденции ..... 344
- Плаксына С.С., Куприянова А.М., Ильина А.Ю.** Медиа и компетенции: новый взгляд на подготовку специалистов в сфере массовых коммуникаций ..... 353
- Sazonov A.V., Kuprianova M.E.** Educational Policy and Management Strategies in the Development of Digital Skills and Media Competencies in Teacher Training: New Approaches to Education (Образовательная политика и стратегии управления в развитии цифровых навыков и медиакомпетенций при подготовке педагогических кадров: новые подходы к обучению) ..... 365

### МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ

- Явчуновская Р.А., Полончук Р.А.** Российско-китайское сотрудничество в сфере обороны и безопасности: достижения, вызовы, управленческие аспекты ..... 374
- Гришин О.Е., Канушкин А.В.** «Альтернатива для Германии» против немецких профсоюзов: политический «хук справа» ..... 382

## CONTENTS

### CURRENT PROBLEMS OF PUBLIC ADMINISTRATION

- Putimtsev D.N., Ordynskaya E.V.** Special Aspects of the Transformation of the Russian Tax System in Contemporary Conditions ..... 293
- Tolochko A.V., Fomenko S.S.** The Image of a Political Entity in the Regional Dimension: The Specifics of Formation and Peculiarities of Perception by Public Opinion ..... 302
- Merkusheva A.S., Tuzova E.A., Grishanin N.V.** Digital Technologies in Shaping the Image of the Political Elite of Saint Petersburg ..... 312
- Wu Ting.** Main Trends in the Development of Language Policy of Russia ..... 320

### MEDIA EDUCATION MANAGEMENT

- Kanceva A.A., Ovechkina A.Y., Nakisbaev D.V.** Explorative Analysis of the Impact of Radio Media on the Development of Critical Media Literacy ..... 327
- Kolesnichenko A.A., Shedrina E.V., Kancev A.B.** Storytelling and Pedagogical Mastery in the Context of Prevocational Media Education ..... 333
- Ovechkina A.Yu., Lagutkina M.D., Zayec V.R.** Synergetic Effect of SMM Management in the Context of Media Education Environment Formation: Strategies and Trends ..... 344
- Plaksina S.S., Kuprianova A.M., Ilina A.Yu.** Media and Competencies: A New Perspective on Training Specialists in Mass Communications ..... 353
- Sazonov A.V., Kuprianova M.E.** Educational Policy and Management Strategies in the Development of Digital Skills and Media Competencies in Teacher Training: New Approaches to Education ..... 365

### INTERNATIONAL EXPERIENCE OF PUBLIC ADMINISTRATION

- Yavchunovskaya R.A., Polonchuk R.A.** Russian-Chinese Cooperation in the Field of Defense and Security: Achievements, Challenges, Managerial Aspects ..... 374
- Grishin O.E., Kanushkin A.V.** “Alternative for Germany” against German Trade Unions: A Political “Hook from the Right”..... 382



## АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ

### CURRENT PROBLEMS OF PUBLIC ADMINISTRATION

DOI: 10.22363/2312-8313-2024-11-3-293-301

EDN: AEFZFS

Научная статья / Research article

### Отдельные аспекты трансформации отечественной налоговой системы в современных условиях

Д.Н. Путимцев<sup>1</sup>  , Е.В. Ордынская<sup>2</sup> 

<sup>1</sup>Российский университет дружбы народов, Москва, Россия

<sup>2</sup>Институт народнохозяйственного прогнозирования Российской академии наук,  
Москва, Россия

 [putimtsev-dn@rudn.ru](mailto:putimtsev-dn@rudn.ru)

**Аннотация.** Решение традиционно актуальных проблем налогообложения становится еще более насущным в связи с необходимостью трансформации отечественной налоговой системы с учетом задач по обеспечению устойчивого развития экономики. Вопросы реформирования налогообложения как физических, так и юридических лиц исследуются многими учеными, однако некоторые аспекты проработаны и освещены в профильной научной литературе недостаточно. Изучены возможности применения налоговых стимулов с целью более активного вовлечения физических лиц в инвестиционные процессы и представлены предложения по реализации указанных мер. Также рассмотрены некоторые наиболее актуальные направления налогового администрирования, которые необходимо активно развивать в ближайшей перспективе.

**Ключевые слова:** трансформация налоговой системы, инвестиции, налоговые льготы, устойчивое развитие

**Заявление о конфликте интересов:** Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

#### История статьи:

Поступила в редакцию: 20.02.2024. Принята к публикации: 30.06.2024.

#### Для цитирования:

Путимцев Д.Н., Ордынская Е.В. Отдельные аспекты трансформации отечественной налоговой системы в современных условиях // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Государственное и муниципальное управление. 2024. Т. 11. № 3. С. 293–301. <https://doi.org/10.22363/2312-8313-2024-11-3-293-301>

© Путимцев Д.Н., Ордынская Е.В., 2024



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License  
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/legalcode>

## Special aspects of the transformation of the Russian tax system in contemporary conditions

Denis N. Putimtsev<sup>1</sup>  , Elena V. Ordynskaya<sup>2</sup> 

<sup>1</sup>RUDN University, Moscow, Russian Federation

<sup>2</sup>Institute of Economic Forecasting, Russian Academy of Sciences, Moscow, Russian Federation

 putimtsev-dn@rudn.ru

**Abstract.** Taxation problems are traditionally relevant. Currently, this issue is becoming even more relevant due to the need to transform the Russian tax system, considering the need to ensure sustainable economic development. The issues of tax reform for both individuals and legal entities are considered by many researchers, however, some aspects have not been sufficiently studied and covered in the specialized scientific literature. In particular, the presented work examines the possibilities of using tax incentives to involve individuals more actively in investment processes. Proposals for the implementation of these measures are presented. The research also discusses some of the most relevant areas of tax administration that need to be actively developed in the near future.

**Keywords:** transformation of the tax system, investments, tax benefits, sustainable development

**Conflicts of interest:** The authors declare no conflicts of interest.

### Article history:

The article was submitted on 20.02.2024. The article was accepted on 30.06.2024.

### For citation:

Putimtsev DN, Ordynskaya EV. Special aspects of the transformation of the Russian tax system in contemporary conditions. *RUDN Journal of Public Administration*. 2024;11(3):293–301. <https://doi.org/10.22363/2312-8313-2024-11-3-293-301>

Обеспечение финансового суверенитета Российской Федерации — одна из приоритетных задач, требующих решения в ближайшие годы. «Речь идёт о самодостаточности российского финансового рынка с точки зрения как обеспеченности «длинными» финансовыми ресурсами, так и наличия исчерпывающих условий их конвертации в инвестиции в реальный сектор экономики» [1].

Изменения в финансовой системе требуют и нового общественного договора. Многие исследователи и эксперты высказывают предположение о том, что одной из наиболее существенных проблем является неэффективное перераспределение доходов в экономике. Это влечет за собой искажение структуры потребления. Снижается спрос. В результате происходит сжатие отдельных рынков. Существует достаточно устойчивое мнение о том, что выходом из сложившейся ситуации могло бы стать увеличение доходов малообеспеченных групп населения. При этом доходы наиболее обеспеченных граждан должны облагаться с использованием более высоких налоговых ставок с одновременным предоставлением им различных налоговых вычетов [2]. Однако, как свидетельствует мировая практика налогообложения, налоговые льготы, предоставляемые лицам с высокими стабильными доходами, далеко не всегда эффективны. Это обстоятельство связано с тем, что люди демонстрируют

более высокую склонность к сбережениям. Но стимул экономики — расходы, а не сбережения. В такой ситуации наиболее эффективной мерой является снижение налогов для лиц с низкими доходами [3]. А в периоды экономической нестабильности основная цель реформ — именно стимулирование экономики. В свою очередь, общественное регулирование распределения доходов происходит через систему налогообложения и ценовую политику, проводимую государством. Следовательно, экономическую эффективность в условиях справедливого распределения доходов возможно обеспечить лишь путем коллективизации таких доходов с помощью налогов [4. Р. 2].

Кроме того, для большинства населения Российской Федерации одним из самых важных вопросов в сфере налогообложения является вопрос о его справедливости. Об этом могут свидетельствовать следующие данные: 83 % населения России выступает за прогрессивную шкалу налогообложения, и только 13 % выступают за одинаковую налоговую ставку для всех (пропорциональная шкала налогообложения). Также 36 % опрошенных россиян считают действующие налоги чрезмерными, 52 % оценили налоговое бремя как достаточное, и только 1 % заявил, что налоговое бремя недостаточно [5].

Соответственно, справедливо было бы предположить, что наиболее приемлем с точки зрения общественного запроса, с одной стороны, и с позиций наиболее эффективного функционирования экономики, с другой, вариант, предусматривающий введение прогрессивной шкалы налогообложения доходов граждан при наличии необлагаемого минимального дохода и предоставлении определенного ограниченного числа льгот для наиболее обеспеченных физических лиц.

Рост доходов населения будет способствовать увеличению «интереса граждан к финансовым вложениям. Граждане — одни из основных инвесторов на финансовом рынке» [1]. По данным Росстата в 2022 г. расходы населения по операциям с финансовыми инструментами и страхованием составили в среднем 1,4 %, а в 10-й децильной группе — 1,8 % в суммарном объеме потребительских услуг. Аналогичным образом ситуация складывалась и в течение ряда предыдущих лет<sup>1</sup>.

Однако, при этом, объемы средств, задействованных в операциях физических лиц на фондовом рынке, весьма значительны и имеют тенденцию к росту. По информации Банка России, в 2023 г. средства розничных инвесторов на брокерских счетах возросли в 1,5 раза по сравнению с 2022 г., достигнув 9,2 трлн руб. Примерно 8,4 трлн руб. приходится на ценные бумаги, еще примерно 0,6 трлн руб. приходится на денежные средства в рублях и иностранной валюте. Также увеличилось число физических лиц, имеющих брокерские счета. Значение выросло на 29 %, или на 29,7 млн чел., что составляет около 39 % экономически активного населения страны. Чистый приток средств на брокерские счета за 2023 г. не только компенсировал отток 2022 г., но и превысил его, а средний размер портфеля вырос с 1,3 до 1,9 млн руб. [6].

<sup>1</sup> По данным Росстат.

Очевидно, что объем средств физических лиц, размещенных на брокерских счетах, весьма значителен — по размерам сопоставим с отдельными статьями государственного бюджета. Например, доходы федерального бюджета Российской Федерации в соответствии с Федеральным законом «О бюджете» в 2024 г. составляют 35,1 трлн руб. [7], а на брокерских счетах физических лиц находится сумма, эквивалентная 26,2 % от предполагаемых доходов федерального бюджета в 2024 г.

Кроме того, следует отметить, что, по данным Росстата, в 2021 г. прирост сбережений во вкладах банков резидентов и нерезидентов составил 4,1 трлн руб., что в 1,5 раза больше, чем за предыдущий период. При этом, в том же периоде на приобретение государственных и других ценных бумаг населением было направлено примерно 115 млрд руб., что в 36 раз меньше прироста сбережений.

Таким образом, средства населения могли бы являться существенным источником инвестиций в приоритетные секторы экономики. Соответственно, выработка комплекса мероприятий по привлечению средств физических лиц в инвестиционный процесс приоритетна для экономической политики государства.

В качестве одного из инструментов, способствующих привлечению средств граждан, могут выступать инвестиционные налоговые льготы для физических лиц. Отечественное законодательство о налогах и сборах предусматривает ряд возможностей для физических лиц по сокращению налоговых обязательств при совершении операций с финансовыми активами.

В частности, имеют право на применение инвестиционных налоговых вычетов налогоплательщики, совершающие операции с ценными бумагами, обращающимися на организованном рынке ценных бумаг, в случаях, когда по таким операциям получен доход. Вычет может быть предоставлен при реализации или погашении ценных бумаг, обращающихся на организованном рынке ценных бумаг. Также налоговый вычет могут получить налогоплательщики, внесшие личные денежные средства на свои индивидуальные инвестиционные счета (ИИС), и налогоплательщики, получившие доход по тем операциям, которые учитываются на ИИС [8].

Кроме того, налогоплательщики имеют право на получение вычетов на долгосрочные сбережения граждан [8]. В данном случае вычеты предоставляются налогоплательщикам в сумме уплаченных им пенсионных взносов по договорам негосударственного пенсионного обеспечения, в сумме уплаченных им сберегательных взносов по договорам долгосрочных сбережений, заключенных с негосударственными пенсионными фондами.

Применяться все вышеперечисленные налоговые вычеты могут при соблюдении определенных условий, к таким условиям относятся ограничения по величине налоговых вычетов.

Очевидно, что все инвестиционные налоговые вычеты применяются при совершении операций на финансовых рынках или при заключении договоров в негосударственными пенсионными фондами. По нашему мнению, наиболее целесообразным было бы применение налоговых вычетов в случаях

направления средств инвесторами — физическими лицами непосредственно на реализацию конкретных приоритетных проектов по аналогии с проектами, реализуемыми в рамках государственно-частного партнерства (ГЧП).

С другой стороны, для привлечения средств физических лиц к инвестированию можно использовать под контролем и при участии государства различные современные методы коллективного финансирования проектов.

**Краудфандинг**, или так называемое коллективное (народное) финансирование проекта, производства товара или услуги. Краудфандинг подразделяется на два вида. Это краудлендинг — коллективные займы для финансирования проекта — и краудинвестинг — коллективное инвестирование компании. В Российской Федерации законодательством регулируются отношения, возникающие при финансировании инвестиционных проектов широким кругом инвесторов с использованием информационных технологий [9].

Рынок краудфандинга в Российской Федерации довольно активно развивается. По данным Банка России, объем привлеченных денежных средств вырос с 7 млрд руб. в 2020 г. до 13,8 млрд руб. в 2021 г., т.е. на 97 % [10].

**Краудлендинг**. Предоставление процентных займов под финансирование проектов, размещенных на инвестиционной платформе. Краудлендинг в Российской Федерации преимущественно используется малым и средним бизнесом для оперативного и кратковременного пополнения оборотных средств. В 2021 г. объем, средств, привлеченных с использованием краудлендинга, составил 9,06 млрд руб. [10].

**Краудинвестинг**. Инвестирование денежных средств в компании за счет покупки их ценных бумаг с использованием инвестиционной платформы. Обычно краудинвестинг представляет собой дополнительную к основной деятельности услугу профессиональных участников рынка ценных бумаг. Предоставляется такая услуга закрытому кругу лиц и используется преимущественно крупными компаниями. По данным, Центрального Банка в 2021 г. объем средств, привлеченных с помощью краудинвестинга, составил 4,74 млрд руб.

Также следует отметить, что в 2021 г. прибыль инвесторов, применявших перечисленные инструменты, составила 15 % [10].

Очевидно, что перечисленные методы альтернативного инвестирования позволяют аккумулировать значительные денежные средства. Мировая практика применения альтернативных механизмов инвестирования показывает, что их использование оказывает положительное влияние на экономическую динамику. Российская Федерация «с учетом существенного отставания от других стран по уровню развитости альтернативных механизмов инвестирования в настоящее время имеет значительный потенциал роста» [11. С. 27]. Таким образом, можно реализовать преимущества альтернативных методов инвестирования, но под непосредственным контролем государства.

В целом же, наряду с применением ряда льготных мер, необходимо повышать эффективность налогового администрирования. Остановимся на отдельных аспектах деятельности государства в этом направлении.

**Налоговое администрирование.** В течение ряда последних лет ФНС России был предпринят ряд мер по повышению эффективности налогового администрирования в отношении самых богатых групп населения, в частности, в 2021 г. была создана специализированная налоговая инспекция для наиболее обеспеченных физических лиц — Межрегиональная инспекция ФНС России по крупнейшим налогоплательщикам № 10. Также были разработаны и утверждены критерии отнесения налогоплательщиков — физических лиц к категории крупнейших налогоплательщиков [12]. Администрированию в качестве крупнейших налогоплательщиков подлежат физические лица, у которых годовой доход превышает 500 млн руб. В целом же к категории крупнейших налогоплательщиков относятся те налогоплательщики, у которых показатели финансово-экономической деятельности за отчетный год превышают установленные значения, также у них имеются признаки взаимозависимости и влияния на экономические результаты деятельности взаимозависимых лиц, они имеют специальные разрешения на право осуществления конкретного вида деятельности, находятся под действием налогового мониторинга. Кроме того, ФНС России может принять решение об администрировании в указанной инспекции тех налогоплательщиков, которые формально не соответствуют установленным критериям [12]. В частности, особый порядок администрирования распространяется на собственников контролируемых иностранных компаний (КИК). Произошло некоторое упрощение порядка налогообложения КИК. Начиная с 2020 г., собственники КИК могут самостоятельно выбирать способ исполнения своих налоговых обязательств перед бюджетом. Они могут перечислять 5 млн руб. за все зарубежные активы и не предоставлять отчетность в налоговые органы. Либо же они могут применять общий порядок налогообложения, который предусматривает обязанность предоставить отчетность в отношении КИК с прибылью от 10 млн руб. в год и заплатить НДФЛ 13 или 15 % для физических лиц и 20 % для юридических лиц. В первый налоговый период, в котором налогоплательщики получили возможность применения указанного выбора, по данным ФНС России, фиксированный налог с КИК в 5 млн руб. независимо от суммы прибыли выбрало более 270 лиц, или больше, чем весь российский список Forbes [13]. В течение трех лет это обеспечивало поступление в бюджетную систему примерно 1,3 млрд руб. ежегодно. В 2023 г. НДФЛ с сумм прибыли КИК, полученной физическими лицами, являющимися контролирующими лицами этой компании, составил немногим менее 3 млрд руб., что составляет лишь 0,04 % от всех поступлений по налогу на доходы физических лиц в указанном году<sup>2</sup>.

Кроме того, ФНС России активизировала налоговый контроль в отношении операций с ценными бумагами. Многие налогоплательщики — физические лица, получающие доходы по таким операциям за рубежом, действуют через брокеров. При этом практически никогда не оценивают потенциальные риски, связанные с самостоятельной обязанностью платить налог в Российской

<sup>2</sup> ФНС России, расчеты авторов.

Федерации. Как правило, за налоговый период по брокерским счетам проводится очень большое количество операций. Каждая из них имеет свою специфику, и несмотря на то, что отчетность по этим операциям формируется брокером, ответственность за полноту и правильность исчисления и уплаты налогов лежит на налогоплательщике — владельце счета. При этом отчетность должна предоставляться в налоговые органы о счетах в банках, а также о брокерских, инвестиционных, накопительных, счетах в платежных системах (электронных кошельках) и т.д. За непредставление отчетности налоговым законодательством предусматриваются существенные санкции.

**Актуальные направления налогового администрирования.** Новые способы агрессивного налогового планирования появляются практически постоянно. Безусловно, данное обстоятельство должно быть учтено налоговыми органами. Различные «схемы» в данной сфере реализуют как физические, так и юридические лица — налогоплательщики. В отношении юридических лиц возрастают проблемы налогового администрирования в сфере применения принципов устойчивого развития. Налоговые инструменты играют важную роль в формировании ESG-повестки<sup>3</sup>. Большая часть проводимых организациями мероприятий по внедрению природоохранных мер имеет определенные налоговые последствия. Одни из наиболее эффективных фискальных инструментов — налоговые льготы и преференции в ESG-сфере. Указанные меры направлены на стимулирование осуществления налогоплательщиками природоохранных мероприятий [14. С. 145].

Преждевременно говорить об эффективности указанных мер как вследствие непродолжительности их применения, так и вследствие отсутствия полной и достоверной информации в данной области. Однако ряд отечественных исследователей и аналитиков приходит к выводу о том, что налогоплательщики готовы осуществлять свою деятельность в соответствии с ESG-принципами лишь при предоставлении различного рода преференций со стороны государства, прежде всего налоговых [14—16].

Кроме того, ряд зарубежных авторов приводит данные о том, что компании, которые применяли налоговые преференции в рамках реализации ими различных способов агрессивного налогового планирования, показывали высокую степень готовности к демонстрации своей приверженности ESG-принципам [17, 18]. «Фирмы, активно уклоняющиеся от уплаты налогов путем создания офшорных компаний, существенно повышают свои рейтинги корпоративной ESG» [14, 17, 18].

Более того, с расширением применения ESG-повестки в странах Организации экономического сотрудничества и развития, наблюдается снижение средней эффективной налоговой ставки по корпоративным налогам или налогам на компании. Таким образом, ESG-повестка превращается, в определенной степени, в инструмент «уклонения от уплаты налогов при

<sup>3</sup> ESG-принципы — Environmental, Social, Governance (экологические, социальные и управленческие).

формальном декларировании прозрачности действий перед налоговыми органами» [14].

Исходя из складывающейся ситуации, правомерно предположить, что вопросы влияния налоговых инструментов, прежде всего, налоговых льгот, а также использования ESG-факторов в «схемах» агрессивного налогового планирования в ближайшее время могут стать одним из наиболее важных направлений налогового администрирования.

### Заключение

Таким образом, трансформация отечественной налоговой системы должна осуществляться по нескольким основным направлениям. Прежде всего, необходимо донстроить налоговую систему так, чтобы средства населения могли направляться в приоритетные секторы экономики. Для достижения такой цели применимы не только различные налоговые льготы и преференциальные режимы, но и одновременное с ними активное использование различных современных методов коллективного финансирования проектов.

Однако, наряду с применением льготных режимов, необходимо повышать эффективность налогового администрирования как в отношении физических, так и юридических лиц. При этом особое внимание следует уделять контролю в отношении получающих все более широкое применение способов агрессивного налогового планирования, в особенности в сфере реализации ESG-принципов.

### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Совещание с членами Правительства 29 марта 2023 г. // Официальный сайт Президента России. URL: <https://kremlin.ru/events/president/news/70800> (дата обращения: 13.05.2024).
2. Социальная политика в России: проблемы и решения. Научный доклад ИНП РАН. 2021. URL: <https://ecfor.ru/wp-content/uploads/2021/04/sotsialnaya-politika-v-rossii-problemy-i-resheniya.pdf> (дата обращения: 14.05.2024).
3. An analysis of the tax treatment of capital losses // Congressional Research Service. 30.09.2022. URL: <https://crsreports.congress.gov/RL31562> (дата обращения: 21.05.2024).
4. *Allais M. L'impôt sur le capital et la réforme monétaire*. Paris: Hermann, 1977.
5. Налоговая нагрузка в отношении различных децильных групп: прямое и косвенное налогообложение: Материалы LXI сессии Российско-французского семинара по денежно-финансовым проблемам современной российской экономики // Официальный сайт ИНП РАН. URL: <https://ecfor.ru/publication/nalogovaya-nagruzka-po-detsilnym-grupпам/> (дата обращения: 19.05.2024).
6. Обзор ключевых показателей брокеров IV квартал 2023 года: информационно-аналитический материал Банка России. URL: [https://cbr.ru/Collection/Collection/File/48976/review\\_broker\\_Q4\\_2023.pdf](https://cbr.ru/Collection/Collection/File/48976/review_broker_Q4_2023.pdf) (дата обращения: 28.05.2024).
7. Федеральный закон «О федеральном бюджете на 2024 год и на плановый период 2025 и 2025 годов» от 27.11.2023 № 540-ФЗ. URL: <https://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=LAW&n=462891&cacheid=792EF10DCDEB43DCB82EC20D5F43E609&mode=splus&rnd=ZehpgFUyKWFchJ25#oHqpgFUQxLscbVON> (дата обращения: 16.05.2024).

8. Налоговый кодекс Российской Федерации. Часть II. URL: <https://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&rnd=qQ0u9A&base=LAW&n=475331&cacheid=9065385879AC82867915CA58D1BAEA59&mode=rubr#V1HqgFUG3nbn0ioo> (дата обращения: 01.06.2024).
9. Федеральный закон от 02.08.2019 № 259-ФЗ «О привлечении инвестиций с использованием инвестиционных платформ и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации». URL: <https://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=LAW&n=471844&cacheid=88B765907267EABE21861273D77E3704&mode=spplus&rnd=ZehpgFUyKWfchJ25#RQiqgFUC6IV5b87y3> (дата обращения: 17.05.2024).
10. Обзор рынка краудфандинга в России 2021 год и I квартал 2022 года. Информационно-аналитический материал // Банк России. 2022. URL: [https://cbr.ru/Collection/Collection/File/42097/crowdfunding\\_market\\_01\\_2022.pdf](https://cbr.ru/Collection/Collection/File/42097/crowdfunding_market_01_2022.pdf) (дата обращения: 23.05.2024).
11. Развитие альтернативных механизмов инвестирования: прямые инвестиции и краудфандинг: доклад для общественных консультаций // Банк России. 2020. URL: [https://cbr.ru/Content/Document/File/112055/Consultation\\_Paper\\_200811.pdf](https://cbr.ru/Content/Document/File/112055/Consultation_Paper_200811.pdf) (дата обращения: 18.05.2024).
12. Приказ ФНС России от 16.05.2007 N ММ-3-06/308@, Приказ ФНС России от 11.06.2021 № ЕД-7-22/563@. URL: <https://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?from=343879-45&req=doc&rnd=qQ0u9A&base=LAW&n=389658#HgKrgFU0usTfwj141> (дата обращения: 20.05.2024).
13. Мингазов С. ФНС в разы увеличила количество запросов к российским владельцам зарубежных компаний // Forbes. 16.08.2021. URL: <https://www.forbes.ru/newsroom/finansyi-investicii/437437-fns-v-razy-uvlechila-kolichestvo-zaprosov-k-rossiyskim?ysclid=lvwgf97xhu655393282> (дата обращения: 13.05.2024).
14. Адвокатова А.С., Заворыкин А.А. ESG-повестка и агрессивное налоговое планирование // Экономика. Налоги. Право. 2023. Т. 16. № 3. С. 144–152. <https://doi.org/10.26794/1999-849X-2023-16-3-144-152>
15. Лисовский А.Л. Переход к устойчивому развитию: эмпирический анализ факторов, мотивирующих промышленные компании к внедрению ESG-практик // Стратегические решения и риск-менеджмент. 2021. Т. 12. № 3. С. 262–272. <https://doi.org/10.17747/2618-947X-2021-3-262-272>
16. Вишневский В.П., Гончаренко Л.И., Дементьев В.В., Гурнак А.В. Принципы налогообложения для цифровой экономики // Terra Economicus. 2022. Т. 20. № 2. С. 59–71. <https://doi.org/10.18522/2073-6606-2022-20-2-59-71>
17. Bird R., Davis-Nozemack K. Tax avoidance as a sustainability problem // Journal of Business Ethics. 2018. Vol. 151. № 4. P. 1009–1025. <https://doi.org/10.1080/0969160X.2019.1670377>
18. Issah O., Rodrigues L. Corporate social responsibility and corporate tax aggressiveness: a scientometric analysis of the existing literature to map the future // Sustainability. 2021. Vol. 13. № 11. P. 1–23.

### Информация об авторах:

Путимцев Денис Николаевич — старший преподаватель кафедры государственного и муниципального управления, Российский университет дружбы народов, 117198, Россия, Москва, ул. Миклухо-Маклая, д. 6 (ORCID ID: 0000-0002-4935-7612) (e-mail: putimtsev-dn@rudn.ru).

Ордынская Елена Валерьевна — кандидат экономических наук, заведующая лабораторией макрофинансовых исследований и прогнозирования, Институт народнохозяйственного прогнозирования РАН, 117418, Россия, Москва, Нахимовский просп., д. 47 (ORCID ID: 0000-0002-4266-6244) (e-mail: ordynskaya\_ev@pfur.ru).



DOI: 10.22363/2312-8313-2024-11-3-302-311

EDN: CRTJBI

Научная статья / Research article

## Имидж политического субъекта в региональном измерении: специфика формирования и особенности восприятия общественным мнением

А.В. Толочко  , С.С. Фоменко 

Елецкий государственный университет им. И.А. Бунина, Елец, Россия

 [tolochko@rambler.ru](mailto:tolochko@rambler.ru)

**Аннотация.** Выявлены ключевые проблемы в сфере коррекции и поддержания имиджа политического субъекта в масс-медиа, углублено разграничение понятий из сферы политического имиджа. Разработаны практические рекомендации оптимизации стратегий и технологий совершенствования имиджевых характеристик политического субъекта с помощью PR-коммуникаций, визуальных и вербальных составляющих, предлагаемых модераторами процессов имиджмейкерства на региональном уровне. Результаты исследования применимы для эффективного построения имиджа регионального политика и разработки имиджевой стратегии и тактики в рамках электоральных циклов. Материалы статьи могут быть полезны ученым в области социально-гуманитарного профиля, интересующимся региональным политическим процессом в современной России, а также участникам исследовательской и культурно-просветительской деятельности профессорско-преподавательского состава вузов. Теоретические положения и выводы, фактический материал, предлагаемые авторами исследования, могут быть использованы в преподавании курсов по выбору, связанных с политологической проблематикой.

**Ключевые слова:** губернатор, коммуникация, образ, пиар, политический процесс

**Заявление о конфликте интересов:** Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

**История статьи:**

Поступила в редакцию 20.01.2024. Принята к публикации 10.06.2024.

**Для цитирования:**

Толочко А.В., Фоменко С.С. Имидж политического субъекта в региональном измерении: специфика формирования и особенности восприятия общественным мнением // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Государственное и муниципальное управление. 2024. Т. 11. № 3. С. 302–311. <https://doi.org/10.22363/2312-8313-2024-11-3-302-311>



# The image of a political entity in the regional dimension: The specifics of formation and peculiarities of perception by public opinion

Alexander V. Tolochko  , Sergey S. Fomenko 

Yelets State University, *Yelets, Russian Federation*

 tolochko@rambler.ru

**Abstract.** The research identifies key problems in the field of correcting and maintaining the image of a political subject in the mass media and deepens the differentiation of concepts from the sphere of political image. Practical recommendations are offered for optimizing strategies and technologies for improving the image characteristics of a political subject using PR communications, visual and verbal components available in the arsenal of practical politicians, which are offered to them by moderators of political image-making processes at the regional level. The results of the study can be used to effectively build the image of a regional politician and develop an image strategy and tactics within the framework of electoral cycles. The factual material, theoretical provisions and conclusions proposed by the authors of the research can be used in teaching elective courses related to political science issues. The results of the study can also be useful in the cultural and educational activities of participants in election campaigns and those interested in the regional political process in modern Russia.

**Keywords:** governor, communication, image, PR, political process

**Conflicts of interest:** The authors declare no conflicts of interest.

## Article history:

The article was submitted on 20.01.2024. The article was accepted on 10.06.2024.

## For citation:

Tolochko AV, Fomenko SS. The image of a political entity in the regional dimension: The specifics of formation and peculiarities of perception by public opinion. *RUDN Journal of Public Administration*. 2024;11(3):302–311. <https://doi.org/10.22363/2312-8313-2024-11-3-302-311>

## Введение

Формирование позитивного имиджа политика является неотъемлемой составляющей политической деятельности. В современном процессе политического взаимодействия образ объекта политической коммуникации приобретает особую значимость. В региональной практике наблюдается сосредоточение внимания PR-специалистов именно на профессиональном имиджмейкере и использовании различных масс-медиа для создания должного имиджа медийной личности. Стремясь проинформировать электорат о кандидатах, заинтересовать избирателей и сформировать благосклонное отношение к избранникам, профессионалы пиара применяли различные методики вербальной и визуальной коммуникации, которые постепенно адаптируются к основному характеру массовой коммуникации.

Особую актуальность приобретают вопросы изучения механизмов создания результативного политического имиджа политика, его поддержания

и коррекции. Поскольку политический имидж — именно тот инструмент, который помогает не только наладить контакт с общественностью, но и исправить социально-политическую ситуацию, настроение в СМИ и усовершенствовать психологический климат в обществе.

### **Понятие имиджа и его формирование в системе социально-политических отношений региона**

Удачный имидж в условиях жесткой политической конкуренции и перенасыщенности информации в СМИ становится одним из ключевых факторов успеха. В научном дискурсе наблюдается тенденция синонимического применения исследователями терминов «имидж», «образ», «репутация» и «стереотип». В этой связи встает проблема разграничения этих дефиниций. Исследователь Д.П. Гавра считает, что «при изучении имиджа любого объекта — будь то личность, компания, регион или государство — важно понимать, что он (имидж) имеет информационно-коммуникативную основу. Он формируется на основе информации об объекте, которая передается через процессы коммуникации. Информация, используемая для формирования имиджа, называется имидже-формирующей информацией» [1. С. 31—32].

Публичный политический дискурс использует сегодня множество стратегий языкового влияния и политических технологий, так или иначе формирующих имидж политиков и власти. При этом понятие «имидж» политтехнологи и исследователи определяют по-разному: как «образ», «демонстрацию лучших личностных и деловых качеств», «эталон желаемого», «модный символ», «социально значимый стереотип» и даже «коммуникационную единицу», «свернутое сообщение» [2—7].

Разница понятий состоит в разных компонентах значения терминов «образ», «имидж»:

- имидж отображает самую яркую сторону объекта, а образ возникает в сознании об объекте в целом или о части объекта;
- имидж является общим для многих людей, образ индивидуален в сознании человека;
- имидж функционирует как инструмент узнаваемости политика, а образ является основой для формирования имиджа;
- не все объекты могут иметь имидж, а образ может сложиться в сознании любого объекта;
- имидж может возникать стихийно и может быть создан целенаправленно с последующим управлением и контролем, а образ имеет только стихийную, неконтролируемую природу возникновения.

Также очень часто термин «имидж» заменяют понятием «репутация», хотя это не одно и то же. «С точки зрения позиционирования личности или организации имидж — это заявленная (идеальная) позиция, то есть спланированный, определенный образ, который намерен продвигать на целевые группы, а репутация — воспринятая аудиторией (действительная) позиция,

сухой остаток имиджа» [8. Р. 120]. Иными словами, меры по формированию имиджа являются позиционированием репутации. Имидж призван формировать конкретное отношение. Репутация — это уже определенное отношение, оценка субъекта, т.е. является уже завершенным явлением. Имидж привыкли рассматривать в общем контексте с репутацией, однако это не дает оснований для отождествления имиджа и репутации [9. Р. 364—365]. Разница заключается в том, что имидж создается и меняется более или менее быстро, основным инструментом его формирования и корректировки в коммуникации выступают связи с общественностью, в первую очередь рекламные и PR-кампании, паблисити (положительные отзывы в средствах массовой информации). Устойчивая ко всем непредсказуемым случаям репутация строится значительно дольше, вместе с тем, дольше и «эксплуатируется».

Разница между имиджем и стереотипом определяется следующим образом: имидж для формирования образа нуждается во взаимодействии человека с явлением, а стереотип для формирования образа не нуждается в этом; имидж обычно не наделяет явления полезными характеристиками, отличными от их функциональных особенностей, а стереотип формирует определенное количество отличий, делая их проще или даже преувеличивая некоторые из них; имидж более «подвижный». Это обусловлено его потребностью реагировать на постоянные окружающие изменения, в то же время стереотип является более постоянным явлением, обычно сохраняющимся на длительном промежутке времени; имидж задает определенные направления для домысла, стереотип воспринимается готовым, не связанным с личным опытом. С одной стороны, «эти два понятия разные, поскольку имеют неоднородную природу по происхождению, а с другой стороны, имидж основывается на стереотипе. Так как стереотип закладывается в базу стиля и служит своеобразным вспомогательным элементом к его реализации» [10. С. 132]. Следовательно, имидж имеет информационно-коммуникационную составляющую, поэтому он считается инструментом общения с коллективным сознанием. Правильно подобранный и составленный имидж — самый эффективный способ работы с массовым сознанием.

В результате ротации региональной политической элиты в 2018 г. вместо О.П. Королева главой Липецкого региона был назначен И.Г. Артамонов, а в сентябре 2019 г. он успешно прошел процедуру избрания на должность губернатора Липецкой области. Вместе с тем, предварительно фигура «пришлого варяга» из обоймы так называемых «эффективных менеджеров» воспринималась региональной политической элитой и общественным мнением с определенной долей настороженности.

Настороженность населения вызывала в первую очередь его манера общения, новые слова, связанные со сферой высоких технологий. Ввиду этого было достаточно сложно установить доверие. Жители региона относились скептически к его обещаниям и отрицательно реагировали на образ московского чиновника. Его связь с федеральными структурами вызывала некоторые разногласия в публичном дискурсе. Несколько неудачных выступлений

и применение «новомодных» слов и технологий на встречах с избирателями только усилили скепсис. Единственным способом изменить эту ситуацию и получить поддержку жителей было продемонстрировать свою компетентность через конкретные дела и активное информационное сопровождение (сделать упор на рационально-легальную легитимацию своей персоны).

Установление близких связей со СМИ, которые акцентировали положительные качества И.Г. Артамонова (семейность, любовь к спорту, опыт руководства в крупной финансовой организации, ответственность и финансовая грамотность), сыграло особую роль в создании его имиджа. Он начинает позиционировать свое происхождение из бизнеса как преимущество, поскольку, по его словам, не имеет ограничений чиновника на восприятие событий в регионе. И.Г. Артамонов констатировал, что оценку его работы и результаты будут делать сами жители региона.

И.Г. Артамонов подчеркивал свое стремление работать на благо людей и улучшать условия жизни в регионе. Он признавал, что его бывший бизнес определяет его подход к руководству, но он не считает это недостатком, а скорее преимуществом. Он выражал уверенность, что его опыт бизнеса позволит ему более объективно рассматривать ситуацию в регионе, без ограничений и «замыленного взгляда» традиционных чиновников. И.Г. Артамонов акцентировал внимание на том, что это вызов для него, но ему важно, чтобы его деятельность была оценена жителями региона.

Следует отметить, что в этом интервью И.Г. Артамонов предстает в роли политического лидера, который стремится реализовать свои планы и цели для улучшения различных сфер жизни в Липецкой области. Он подчеркивает свое практическое направление деятельности и уверяет, что его опыт в бизнесе поможет ему быть более эффективным и результативным в своей работе. Пиарщиками нового губернатора делался акцент на эффективность в управлении и его стремление к решению конкретных задач. Отдельно говорилось об умении губернатора взаимодействовать с жителями региона, в результате чего поддерживается прямая коммуникация, рассматриваются обращения и проводятся соответствующие мероприятия для решения проблем граждан.

Стиль работы служащих аппарата управления губернатора в тот период также меняется под влиянием И.Г. Артамонова. Они становятся более ориентированными на решение конкретных задач, что способствует более оперативному реагированию на проблемы и улучшению ситуации в регионе.

Таким образом, в этот период формируется имидж И.Г. Артамонова как сильного и успешного лидера, деятельность которого направлена на решение проблем граждан и процветание региона. Кандидат от партии «Единая Россия» на должность губернатора Липецкой области полностью отказался от традиционных форматов агитации. Вместо частого использования билбордов и плакатов с изображением кандидата, он предпочитает сконцентрироваться на решении проблем региона. На последних выборах в регионе не было ни одного привычного плаката или листовки с его изображением.

Однако И.Г. Артамонов активно занимался все это время решением конкретных проблем и встречался с представителями различных отраслей, чтобы обсудить варианты их решения. В газетах и буклетах можно найти его планы и проектные решения на ближайшие годы. Кандидат не делал прямых призывов голосовать за него, но информировал население о проделанной работе и предстоящих переменах.

Другие кандидаты, такие как А. Шерин (ЛДПР), С. Токарев (КПРФ), Л. Ксенофонтова (Справедливая Россия), О. Хомутников и Е. Третьяков, имели различные стратегии и степень известности среди граждан. Очевидно, что выборы проходили в спокойной обстановке, и результаты были предсказуемы, что объясняется грамотным использованием административного ресурса И.Г. Артамоновым как временно исполняющим обязанности губернатора с его уверенным и активным подходом.

После проведения выборов интерес к новому главе администрации области постепенно начал снижаться, и количество публикаций о нем уменьшается. Тем не менее команда губернатора продолжила активно взаимодействовать со средствами массовой информации, но в более традиционных формах.

### **Особенности оптимизации восприятия имиджа политического субъекта общественным мнением**

Понимание того, какими лидерскими качествами обладает И.Г. Артамонов, важно для формирования объективного понимания процессов легитимации политического субъекта в регионе. Как следует из полученных данных в ходе социологического замера, большинство респондентов отмечают коммуникабельность (18 % респондентов), предприимчивость и решительность (16 % респондентов), организаторские способности и образованность (13 % респондентов), как ключевые качественные характеристики действующего губернатора [10. С. 131—136].

Следует констатировать, что при создании имиджа политического субъекта деловые и профессиональные качества важны, поскольку харизматичный и убедительный лидерский стиль помогает политику влиять на общественное мнение и выступать в качестве вдохновителя для своих сторонников. Способность вести и мотивировать группу людей важна для удачного политика. Политик должен обладать глубокими знаниями в области государственного управления, законодательства и текущих политических процессов. Опыт работы в административных органах власти или в связанных с ними областях также помогает сформировать имидж компетентного политика, который может достичь реальных результатов.

Одновременно коммуникабельность как умение налаживать контакты и взаимодействовать с различными заинтересованными сторонами (властными контрагентами, коммерческими и публичными организациями, СМИ и т.д.) является важным для эффективного политического субъекта. Сетевое мышление позволяет политику налаживать контакты, организовывать

сотрудничество и достигать согласия. Большинство опрошенных считают, что действующий губернатор Липецкой области обладает такими деловыми и профессиональными качествами: высоким интеллектом, способностью объединять людей для достижения общей цели.

Кроме того, морально-этические свойства играют важную роль для формирования политического субъекта, поскольку практический политик, придерживающийся высоких моральных и этических принципов, обладает большей вероятностью вызвать доверие со стороны избирателей и общественности. Это может привести к большей поддержке и лояльности в долгосрочной перспективе. Среди наиболее ярких качеств И.Г. Артамонова респонденты подчеркивают настойчивость (22 % респондентов), принципиальность (16 % респондентов) и целеустремленность (17 % респондентов), а также ответственность (11 % респондентов). И.Г. Артамонов ассоциируется с лидерством, на второе место жители области поставили внешние характеристики губернатора, на третье — деловые и профессиональные качества, и последнее место занимают морально-этические качества.

Таким образом, из результатов социологического замера следует:

- жители Липецкой области достаточно активно следят за политической жизнью региона, интересуются субъектами политики, а также событиями, которые происходят в области. Основными источниками информации о политической жизни региона и политических деятелях являются интернет и телевидение, также одним из коммуникационных каналов являются социальные сети. К негативным факторам относится увлечение трети опрошенных информацией из недостоверных источников, таких как желтая пресса, многочисленные Telegram-каналы. Поэтому целесообразным представляется некоторая оптимизация взаимодействия между губернатором и общественностью;
- восприятие имиджа губернатора области, в целом, можно рассматривать как положительное. Большинство респондентов отмечает как внешний вид политика, так и его коммуникативные умения, а также профессиональные и лидерские качества. Основные преимущества политика — принципиальность, целеустремленность и настойчивость. Однако следует отметить, что морально-этические качества губернатора поставили на последнее место, следовательно, необходимо будет работать над улучшением имиджа И.Г. Артамонова в этой части.

Одним из важных направлений оптимизации и корректировки имиджа регионального политика и, в частности, губернатора области, на наш взгляд, можно считать интенсификацию различных веб-коммуникаций субъектов власти с обществом. Именно этот инструментальный в современных условиях позволит приблизить людей к активному участию в политике и налаживанию надлежущей обратной связи с региональной властью. Этот канал взаимодействия субъекта региональной власти не должен

быть навязчивым и ставить перед собой цели манипулирования аудиторией. Он может быть применен в повседневной работе, предоставляя новости о проделанной работе, результатах в решении социальных вопросов. Не секрет, что наиболее активную часть населения и основной электорат составляют пользователи интернета. Однако часто государственные структуры не уделяют достаточного внимания этому направлению, что обесценивает значение оперативного информирования жителей субъекта федерации и ограничивает каналы ее распространения до традиционных и устаревших. По утверждению И.А. Быкова: «ситуация с конфигурацией политических институтов в современной России, к сожалению, делает неизбежной воспроизведение ситуаций коммуникативных неудач на региональном уровне и других институтов со слабой ресурсной обеспеченностью» [11. С. 47].

Другим эффективным направлением может стать повышение стилистической грамотности общения между общественностью и региональной властью. Формирование положительного образа административной элиты в регионе предусматривает преодоление всех форм снобизма по отношению к простым обывателям со стороны так называемого «эффективного менеджмента». Необходимо избегать в рамках коммуникаций с общественностью использование так называемой обценной лексики, следует полностью отказаться от всех форм сибаритства, вызывающего отторжение у социально незащищенных слоев населения. Целесообразным представляется направление интенсификации коммуникационных каналов связи с общественностью посредством взаимодействия в социальных сетях, более активного вовлечения молодежи в политическую жизнь региона. Жители Липецкой области старше 18 лет, в основном, неактивны в политической и социальной сферах. Молодое поколение не обладает достаточными знаниями в области политики и не проявляет интерес к ее изучению. Более взрослые люди традиционно скептически настроены в отношении возможностей повлиять на властного субъекта, ими предпринимаются попытки корректировки политических решений исключительно тогда, когда они затрагивают их личные интересы. Люди имеют скорее нейтральное отношение к органам власти. Они формируют свое мнение на основе услышанной от кого-либо или случайной информации, считают органы власти скучными, консервативными, неинтересными и констатируют, что разбираться в их работе нужно только тем, кто относится к административной элите.

Необходимо более активно использовать различные маркетинговые инструменты, включая транзитную и наружную рекламу, а также радиорекламу. Кроме этого, регулярно проводить event-мероприятия с участием главы региона, на которых будут обсуждаться вопросы, связанные с деятельностью властей в Липецком регионе, в них должны быть задействованы лидеры молодежных движений, руководители предприятий, бизнесмены и представители Правительства Липецкой области.

## Заключение

Представляется важным продолжать совершенствовать организацию эффективного взаимодействия с основной целевой аудиторией в режиме реального времени, с учетом настоящих вызовов глобального и локального характера в субъектах Российской Федерации. Целесообразно повсеместно внедрять практику мониторинга и социологических замеров общественного мнения на платформе различных ресурсов сети «Интернет», так как это направление предполагает низкую стоимость для бюджета региона и простоту организации проведения подобных исследований без привлечения большого штата административных работников. На интенсификацию процесса формирования положительного имиджа административной элиты в регионе может оказать существенное влияние приобретение системных качеств процедуры быстрой рефлексии на публичные настроения в региональном социуме, совершенствование механизма двусторонней коммуникации между региональной властью и населением. Необходимо продолжить практику предоставления актуальной и востребованной информации для граждан усилиями имеющихся компетентных пресс-специалистов, преумножить каналы связи с политически активными гражданами региона в сети «Интернет». Кроме этого, целесообразно стимулировать поиск нового актуального инструментария для продвижения инициатив с использованием интерактивных интернет-платформ, в котором будут задействованы региональные и муниципальные чиновники. Внедрение новых креативных решений коммуникации региональной власти с населением будет способствовать улучшению лояльности граждан по отношению к первым лицам в регионе, сможет решить текущие задачи формирования оптимального имиджа политических субъектов.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Гавра Д.* Категория имиджа в современной коммуникативистике // Журнал социологии и социальной антропологии. 2018. №4. С. 31–36.
2. *Батанина И.А., Ваховский А.М., Лаврикова А.А., Твиорова Ю.А., Шумилова О.Е.* Позиционирование администрации муниципального образования в медийном пространстве: технологии, техники, практики. Тула : Тульский государственный университет, 2022. 209 с.
3. *Бурда М.А., Порошина А.С.* Трансформация средств массовой информации как института политической коммуникации в условиях цифровизации // Российская государственность и Время: роль времени в развитии социально-политических институтов и человека (к 1160-летию российской государственности и 350-летию со дня рождения Петра Первого): Материалы X Всерос. науч.-практ. конф. по исследованию российской государственности. Владимир, 2022. С. 101–105.
4. *Гришин О.Е.* Политические технологии в XXI веке: сущность, спектр, характер // PolitBook. 2014. №2. С. 19–32.
5. *Казakov А.А.* Политическая теория и практика медийной грамотности. Саратов: Изд-во Саратовского университета, 2019. 172 с.
6. *Лаврикова А.А.* Проблемы и перспективы развития цифровых компетенций в системе подготовки кадров для сферы рекламы и связей с общественностью // Человек в системе коммуникаций: профессиональные коммуникации в цифровую эпоху: сборник

- статей по материалам XV Междунар. науч.-практ. конф., посвященной 80-летию Елизаветы Петровны Савруцкой. Нижний Новгород, 2023. С. 273–281.
7. *Messarís P.* The digital transformation of visual politics // *Visual political communication* / Eds. A. Veneti, D. Jackson, D.G. Lilleker. Palgrave Macmillan, Cham, 2019. p.17–36. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-18729-3\\_2](https://doi.org/10.1007/978-3-030-18729-3_2)
  8. *Schill D.* The visual image and the political image: A review of visual communication research in the field of political communication // *Review of communication*. 2012. Vol. 12. № 2. P. 118–142. <https://doi.org/10.1080/15358593.2011.653504>
  9. *Keller T.R., Kleinen-von Königslöw K.* Pseudo-discursive, mobilizing, emotional, and entertaining: Identifying four successful communication styles of political actors on social media during the 2015 Swiss National Elections // *Journal of Information Technology & Politics*. 2018. Vol. 15. № 4. P. 358–377. <https://doi.org/10.1080/19331681.2018.1510355>
  10. Толочко А.В., Фоменко С.С. Особенности имиджевых стратегий лидеров системных политических партий в современной России // Вестник РГГУ. Серия: Политология. История. Международные отношения. 2022. № 3. С. 129–140. <https://doi.org/10.28995/2073-6339-2022-3-129-140>
  11. *Быков И.А.* Связи с общественностью государственных институтов: проблемы теории и практики // Актуальные проблемы исследования коммуникационных аспектов PR-деятельности и журналистики: сборник материалов IV Междунар. научного семинара, Псков, 15 февраля 2019 г. Псков : Псковский государственный университет, 2020. С. 33–49.

#### **Информация об авторах:**

*Толочко Александр Владимирович* — кандидат политических наук, доцент кафедры философии и социальных наук Елецкого государственного университета им. И.А. Бунина, 399770, Россия, Елец, ул. Коммунаров, д. 28 (ORCID ID: 0000-0002-5334-7097) (e-mail: [tolochko@rambler.ru](mailto:tolochko@rambler.ru)).

*Фоменко Сергей Сергеевич* — кандидат политических наук, доцент кафедры философии и социальных наук Елецкого государственного университета им. И.А. Бунина, 399770, Россия, Елец, ул. Коммунаров, д. 28 (ORCID ID: 0000-0002-5067-5116) (e-mail: [fomenko-ss@yandex.ru](mailto:fomenko-ss@yandex.ru)).



DOI: 10.22363/2312-8313-2024-11-3-312-319

EDN: CPJZSY

Научная статья / Research article

## Цифровые технологии в формировании имиджа политической элиты Санкт-Петербурга

А.С. Меркушева<sup>1</sup>  , Е.А. Тузова<sup>2</sup> , Н.В. Гришанин<sup>3</sup> 

<sup>1</sup>Фонд научных исследований «XXI век», Санкт-Петербург, Россия

<sup>2</sup>Коммуникационное агентство «Р.И.М. ПН», Москва, Россия

<sup>3</sup>Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова, Москва, Россия

 a.s.merkusheva@bk.ru

**Аннотация.** Проведен анализ современного тренда «цифровизации» в различных сферах жизни, рассмотрено применение цифровизации для формирования имиджа политической элиты Санкт-Петербурга в лице представителей законодательной власти города — депутатов Законодательного Собрания Санкт-Петербурга. Этот анализ важен для построения грамотной и актуальной коммуникации с общественностью, а также формирования тренда на открытость и прозрачность общения представителей власти с населением.

**Ключевые слова:** господствующая прослойка, компьютерные технологии, депутаты, социальные сети, телеграм-канал, личный блог

**Финансирование:** Статья подготовлена в рамках темы «Развитие корпоративной культуры как составляющей гражданского мировоззрения» № 123091200063–9 при поддержке ЭИСИ в ИНИОН РАН.

**Заявление о конфликте интересов:** Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

### История статьи:

Поступила в редакцию: 22.02.2024. Принята к публикации: 01.06.2024.

### Для цитирования:

Меркушева А.С., Тузова Е.А., Гришанин Н.В. Цифровые технологии в формировании имиджа политической элиты Санкт-Петербурга // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Государственное и муниципальное управление. 2024. Т. 11. № 3. С. 312–319. <https://doi.org/10.22363/2312-8313-2024-11-3-312-319>

© Меркушева А.С., Тузова Е.А., Гришанин Н.В., 2024



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License  
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/legalcode>

## Digital technologies in shaping the image of the political elite of Saint Petersburg

Alexandra S. Merkusheva<sup>1</sup>  , Ekaterina A. Tuzova<sup>2</sup> ,  
Nikita V. Grishanin<sup>3</sup> 

<sup>1</sup>Scientific Research Foundation “XXI century”, *St. Petersburg, Russian Federation*

<sup>2</sup>Communication agency R.I.M. PN, *Moscow, Russian Federation*

<sup>3</sup>Plekhanov Russian University of Economics, *Moscow, Russian Federation*

 a.s.merkusheva@bk.ru

**Abstract.** Analyzing the modern trend of “digitalization” in various spheres of contemporary social life, the authors considered its applications in order to form the image of the political elite of Saint Petersburg in the person of representatives of the legislative power of the city — the deputies of the Legislative Assembly of Saint Petersburg. This analysis is important for the construction of competent and relevant communication with the public, as well as in the formation of the trend for openness and transparency of communication between the authorities and the population. Moreover, the authors explore how digital tools and platforms can enhance civic engagement and participation, providing a framework for understanding the dynamics of power and accountability in the digital age. The findings underscore the necessity for political representatives to adapt to technological advancements to foster trust and collaboration with constituents, ultimately contributing to a more informed and engaged society.

**Keywords:** the dominant stratum, computer technology, MPs, social networks, telegram channel, personal blog

**Acknowledgements:** This article has been prepared under the topic “Development of corporate culture as a component of the civic outlook” № 123091200063–9 with the support of EISI in INION RAS.

**Conflicts of interest:** The authors declare no conflicts of interest.

### Article history:

The article was submitted on 22.02.2024. The article was accepted on 01.06.2024.

### For citation:

Merkusheva AS, Tuzova EA, Grishanin NV. Digital technologies in shaping the image of the political elite of Saint Petersburg. *RUDN Journal of Public Administration*. 2024;11(3):312–319. <https://doi.org/10.22363/2312-8313-2024-11-3-312-319>

## Введение

Применение цифровых технологий — тренд современности. Одна из сфер, на которые они оказывают непосредственное влияние, — коммуникационные практики, формирующие и поддерживающие политические элиты в России [1].

Наше исследование позволяет понять, какие изменения произошли в этом процессе и как внедрение цифровизации повлияло на развитие информационной деятельности политической элиты, что рассматривалось ранее в работе Старцева А.А. и Гришанина Н.В. [2].

Рассмотрена проблема низкой осведомленности студентов различных университетов и направлений современной России о деятельности

депутатов Законодательного Собрания (ЗакС) Санкт-Петербурга, а также даны рекомендации по развитию личных информационных каналов (блогов) политических лидеров в условиях цифровизации.

**Цель исследования** — описать эффективные цифровые коммуникации политических элит в информировании молодежной аудитории о деятельности муниципальной и городской власти.

### **Методы исследования**

Важным аспектом в продвижении политических элит в современной России являются социальные сети. Они помогают наиболее оперативно и интерактивно общаться с населением, предоставляя оригинальную и открытую информацию с применением цифровых технологий [3].

Объектом исследования стало использование цифровых технологий, в частности ведение личных блогов в социальных сетях в деятельности депутатов ЗАКС Санкт-Петербурга. Методология была апробирована в форме опроса, проведенного среди более чем 200 студентов различных высших учебных заведения Санкт-Петербурга, по результатам опроса выполнен анализ коммуникационной деятельности и степени узнаваемости депутата в условиях цифровизации, а также отношение аудитории к предоставляемому контенту. Предложено ответить на вопросы: знаете ли вы депутата своего района, как часто получаете информацию о депутатах ЗакС СПб, какие источники информации о депутатах ЗакС СПб вы предпочитаете использовать, удовлетворены ли вы деятельностью депутатов ЗакС СПб и др. По итогам обработки и анализа полученных ответов от респондентов выработаны практические предложения для решения проблем недостаточной информированности и низкого доверия молодежи к работе депутатов ЗакС Санкт-Петербурга.

### **Результаты исследования и обсуждение**

Продвижение политической элиты современной России — это весьма сложный и многогранный процесс, в котором активно используются различные каналы коммуникации [4, 5]. Наиболее популярным каналом коммуникации в эпоху цифровизации, бесспорно, являются социальные сети [6, 7].

В проведенном опросе мы выявили то, что именно социальные сети являются лидирующей у молодежной аудитории платформой для получения информации о политических событиях и персоналиях. По данным опроса, более 36,5 % респондентов находятся в актуальной политической повестке, потому что активно читают личные блоги политических лидеров (рис. 1). Главная задача политической элиты быть на виду [8]. Благодаря развитию и более активному использованию цифровых ресурсов появилась возможность создавать в соцсетях личные блоги, в которых

в интерактивном формате транслируется как «политическая кухня», так и интересные мероприятия, и события в городе. В блогах депутаты в более свободном и открытом формате делятся своими идеями и мнением с общественностью. Через эти каналы политические деятели получают комментарии от населения, что вводит элемент прозрачности и доступности в общении с представителем власти. Так, депутаты различных районов могут быть ближе к гражданам, видеть их актуальные проблемы и запросы, на которые появляется возможность отвечать более оперативно. Также социальные сети позволили выходить в прямые эфиры, отвечать на вопросы граждан в формате реального времени и не выходя из дома. Данная проблематика рассматривалась авторами ранее [1].

Какие источники информации о депутатах Законодательного Собрания города Санкт-Петербурга вы предпочитаете использовать ?

57 ответов



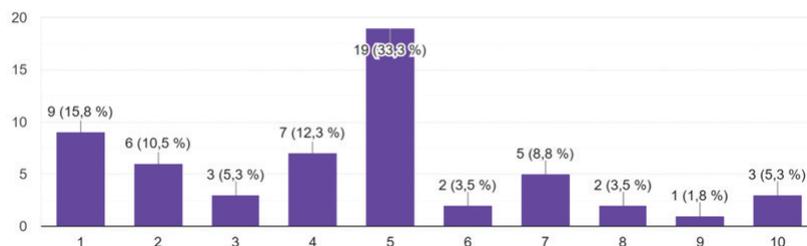
**Рис. 1.** Ответы респондентов на вопрос: «Какие источники информации о депутатах ЗакС города Санкт-Петербурга вы предпочитаете использовать?»

Источник: составлено Меркушевой А.С., Тузовой Е.А., Гришаниным Н.В. по данным онлайн-опроса.

Также в исследовании определили уровень удовлетворенности транслируемой информацией в телеграм-каналах депутатов. Так, сегодня молодежная аудитория разделилась на две наиболее многочисленные группы: одна не считает полученные сведения качественными и полными на 1 пункт из 10, а другая — на 5 значений из 10 (рис. 2). Данные могут говорить о том, что население не видит результатов работы депутатов, поэтому считает, что политические элиты ничего не делают для их благополучного проживания в районе.

Стоит также сказать, что в ходе исследования молодежь Санкт-Петербурга отметила свой крайне низкий интерес к информации, транслируемой депутатами. По ответам респондентов видно, что 49,1% населения вовсе не следят и не интересуются работой и деятельностью политических лидеров, а 38,6% — редко (рис. 3). Исходя из результатов можно сделать вывод, что, с одной стороны, контент и информация, транслируемая депутатами в своих информационных каналах, неинтересна и бесполезна гражданам. С другой — отсутствует продвижение социальных сетей, личных сайтов и других площадок для популяризации работы депутатов.

Удовлетворены ли вы деятельностью депутатов Законодательного Собрания?  
57 ответов

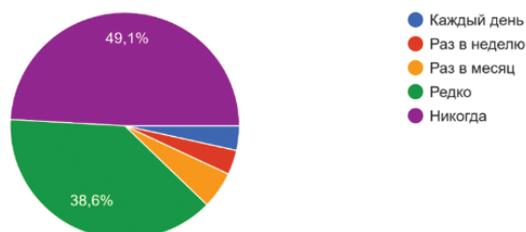


**Рис. 2.** Ответы респондентов на вопрос: «Удовлетворены ли вы деятельностью депутатов ЗакС?»: по горизонтали — оценочные пункты от 1 до 10; по вертикали — количество респондентов, выбравших ту или иную оценку из 10 возможных пунктов

Источник: составлено Меркушевой А.С., Тузовой Е.А., Гришаниным Н.В. по данным онлайн-опроса.

Как часто вы получаете информацию о деятельности депутатов Законодательного Собрания города Санкт-Петербурга?

57 ответов



**Рис. 3.** Ответы респондентов на вопрос: «Как часто вы получаете информацию о деятельности депутатов ЗакС СПб?»

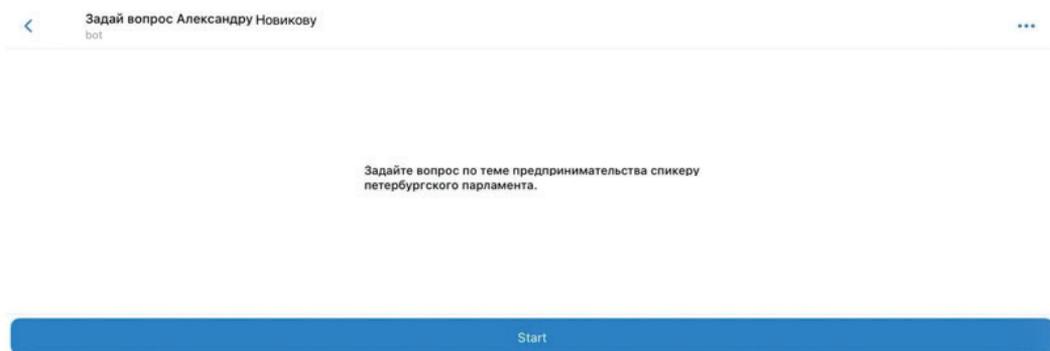
Источник: составлено Меркушевой А.С., Тузовой Е.А., Гришаниным Н.В. по данным онлайн-опроса.

Таким образом, выявлена проблема низкой осведомленности граждан о реальной деятельности депутата, транслируемой в социальных сетях. Это может подтолкнуть к более активному использованию политическими элитами возможностей цифровых технологий в своих блогах, а также в процессе продвижения своей личной позиции. Стоит также сказать, что по результатам опроса сегодня, несмотря на активно развивающуюся цифровизацию в стране, существует проблема низкой осведомленности о результатах работы депутатов ЗакС Санкт-Петербурга в социальных сетях. В связи с отсутствием должного освещения деятельности политических элит граждане испытывают низкое доверие к их работе [9], а также демонстрируют отсутствие интереса к ним. Подтверждающие данные можно найти и в других источниках [10—12].

Для решения проблемы низкой осведомленности граждан о деятельности депутата, транслируемой в социальных сетях, предлагается внедрить несколько приемов для продвижения личного блога в телеграм-канале. Предложенные способы продвижения властвующей прослойки выбраны на основе главных и наиболее важных особенностей политической элиты, которые были обозначены различными исследователями в других источниках [13, 14].

Для примера развития телеграм-канала был выбран личный блог депутата Законодательного Собрания Санкт-Петербурга VII созыва Александра Ивановича Новикова. Первое, что можно создать — телеграм-бот. С помощью

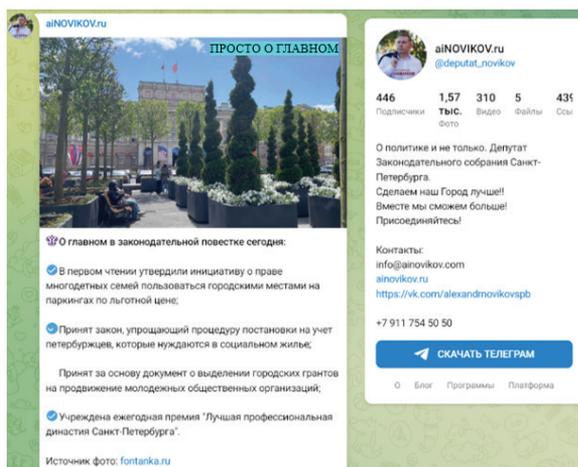
него все граждане смогут в удобной форме написать свой вопрос на любую тематику (рис. 4). Подобные боты позволяют собрать в одном месте все комментарии, вопросы и предложения для дальнейшей обработки. Так, в выбранном личном блоге можно создать бот по предпринимательству, экологии, издательскому делу, обращениям граждан и др.



**Рис. 4.** Пример телеграм-бота для личного блога депутата

Источник: выполнили Меркушева А.С., Тузова Е.А., Гришанин Н.В. с помощью приложения «Телеграм» по личному разрешению депутата Законодательного Собрания Санкт-Петербурга А.И. Новикова.

Вторая идея — создание интересной и креативной рубрики, которая станет отличительной особенностью персонального блога депутата среди прочих блогов. Предлагается создать рубрику «Просто о главном», где представитель народа в неформальной обстановке дает интервью на различные темы (рис. 5). Могут быть рассмотрены последние законопроекты, актуальные новости в городе и стране, философские вопросы и личные увлечения. Данный интерактивный формат позволит показать избирателям разные стороны личности избранного кандидата, узнать его ответы на волнующие вопросы и составить наиболее полный имиджевый портрет депутата.



**Рис. 5.** Пример оформления рубрики «Просто о главном» в телеграм-канале

Источник: выполнили Меркушева А.С., Тузова Е.А., Гришанин Н.В. с помощью приложения «Телеграм» по личному разрешению депутата Законодательного Собрания Санкт-Петербурга А.И. Новикова.

Также предлагается добавить наглядности и отчетности в телеграм-канал благодаря нескольким действиям. Стоит чаще снимать «кружочки» с сиюминутной реакцией на вопросы или другие важные темы в Телеграме. Можно внедрить рубрику «В полях», где депутат покажет прием граждан и решение реально поставленных задач с места событий. Также для продвижения работы депутата рекомендуется создать визитки с QR-кодом для перехода в его блог, что будет отличной возможностью для расширения аудитории. Таким образом, данные идеи будут способствовать решению проблем, выявленных в результате опроса молодежи нашего города. Будет сформирован интересный контент, ориентированный в т.ч. и на молодежь, также будут показаны наглядные результаты и живое общение, что послужит росту доверия избирателей.

### Заключение

В современном мире наблюдается существенное изменение коммуникационных практик. Развитие информационных технологий в эпоху цифровизации, особенно интернета и социальных сетей, привело к появлению новых каналов коммуникации и возможностей для обмена информацией в среде политических элит. Сегодня депутаты активно развивают свои социальные сети и онлайн-платформы для налаживания прямого взаимодействия с избирателями и формирования общественного мнения. Однако остаются нереализованные возможности в общении депутатов с населением, связанные с полным использованием цифровых технологий. Кроме того, наблюдается безразличие молодежи к политической жизни города, что приводит к снижению доверия населения к деятельности политических лидеров. В качестве рекомендаций может быть предложены систематизация коммуникационной деятельности депутатов в части публикационной активности и обратной связи в социальных сетях, более тщательного формирования контент-плана и его разнообразие. Полезными представляются более частая съемка видеоконтента в реальном времени и предоставление в формате видеоотчета результатов проделанной работы. Также сыграет свою позитивную роль инициативный и регулярный выход депутата на контакт с жителями своего района. Таким образом, люди смогут лучше узнать своего депутата, ценить его работу, наблюдая за ее реальными результатами.

### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Меркушева А.С. Коммуникационная практика политической элиты России в спортивной повестке // Новые подходы — 2023 : сб. науч. трудов по результатам III Всерос. науч.-практ. конф. Минобрнауки России по вопросам формирования новых подходов к проектированию физического воспитания в образовательных организациях высшего образования, Москва, 7–8 декабря 2023 г. М. : Российский государственный университет имени А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство), 2023. С. 109–114.

2. Старцев А.А., Гришанин Н.В. Социальные сети в процессе коммуникации между властью и обществом // Коммуникология. 2018. Т. 6. № 5. С. 108–119. <https://doi.org/10.21453/2311-3065-2018-6-5-108-119>
3. Будаев А.М., Надин А.Н. Информационные технологии в деятельности депутата представительного органа власти: опыт и перспективы // Юридический вестник Самарского университета. 2022. Т. 8. № 3. С. 32–41. <https://doi.org/10.18287/2542-047X-2022-8-3-32-41>
4. Буренкова Э.Э. Трансформации общества и внутренние характеристики элитных групп // Мир России. 1995. Т. 4. № 3–4. С. 3–24.
5. Дискин И.Е. Элиты как субъекты российских реформ // Вестник московского университета. Сер. 12. Политические науки. 1996. № 1. С. 10–17.
6. Дука Л. «Элита» и элита: понятие и социальная реальность // Общество и экономика. 2008. № 6. С. 132–146.
7. Родионов М.А., Волкова Т.А. Социальные сети и политические элиты // Социально-гуманитарные знания. 2017. № 3. С. 80–91.
8. Тощенко Ж.Т. Элита? Клань? Касты? Клики? Как назвать тех, кто правит нами? // Социологические исследования. 1999. № 11. С. 123–133.
9. Авцинова Г.И. Политика цифровизации в современной России: особенности формирования и перспективы развития // PolitBook. 2019. № 4. С. 6–20.
10. Цап Л.В. Сущность, характерные черты и основные функции политических элит // Наукоедение. 2010. № 2. С. 1–8.
11. Работяжев Н.В. Механизмы рекрутирования и воспроизводства политической элиты в посткоммунистической России // Проблемы политической трансформации и модернизации России. М. : Московский общественный научный фонд, 2001. С. 18–47.
12. Очирова В.М. Понятие «Политическая элита» в контексте научного знания // Вестник ЧитГУ. 2010. № 6 (63). С. 68–73.
13. Крыштановская О. Анатомия российской элиты. М. : Захаров, 2005. 384 с.
14. Ашин Г.К. О понятии «элита» и не только // Власть. 2005. № 11. С. 40–54.

#### **Информация об авторах:**

*Меркушева Александра Сергеевна* — руководитель отдела по связям с общественностью, Фонд научных исследований «XXI ВЕК», 115054, Россия, Санкт-Петербург, ул. Большая Разночинная, д. 28 (ORCID ID: 0009-0007-8638-5982) (e-mail: a.s.merkusheva@bk.ru).

*Тузова Екатерина Александровна* — сотрудник, коммуникационное агентство «Р.И.М. ПН», 127015, Россия, Москва, ул. Большая Новодмитровская, д. 36, стр. 1 (ORCID ID: 0009-0000-0456-4856) (e-mail: tuzova@rim-pn.ru).

*Гришанин Никита Владимирович* — кандидат культурологии, Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова, 115054, Россия, Москва, Стремянный переулок, д. 36 (ORCID ID: 0000-0001-8872-633X) (e-mail: nikitag@bk.ru).



DOI: 10.22363/2312-8313-2024-11-3-320-326

EDN: CHJRAZ

Научная статья / Research article

## Основные тенденции развития языковой политики России

Тин У

Северо-Западный педагогический университет, Ланьчжоу, Китайская Народная Республика  
✉ [wutingnina@163.com](mailto:wutingnina@163.com)

**Аннотация.** Исследованы сущность и роль языковой политики России на современном этапе развития государства. Отмечено, что мировой и российский исторический опыт регламентирует определяющую роль языкового фактора в обеспечении стабильного политического развития и ощутимого улучшения ситуации в социальной сфере страны. В качестве составных элементов обеспечения эффективной системы регулирования и развития языковой политики в РФ определены: изучение языковой ситуации, кодификация языковых норм, определение основных принципов и путей совершенствования языковой политики, а также практическое воплощение целей политики и запланированной государственной программы для обеспечения национального единства.

**Ключевые слова:** языковой фактор, страна, развитие, государство, язык, народ, нация

**Заявление о конфликте интересов:** Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

### История статьи:

Поступила в редакцию 06.03.2024. Принята к публикации 10.06.2024.

### Для цитирования:

У Т. Основные тенденции развития языковой политики России // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Государственное и муниципальное управление. 2024. Т. 11. № 3. С. 320–326. <https://doi.org/10.22363/2312-8313-2024-11-3-320-326>

## Main trends in the development of language policy of Russia

Ting Wu

Northwest Normal University, Lanzhou, China  
✉ [wutingnina@163.com](mailto:wutingnina@163.com)

**Abstract.** The research is devoted to the coverage of the essence and role of the language policy of Russia at the present stage of development of the state. The author notes that international and domestic historical experience proves the decisive role of the linguistic factor in ensuring stable

© У Т., 2024



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License  
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/legalcode>

political development and tangible improvement in the country's social sphere. The constituent elements of the trends in ensuring the effective system of regulation and development of language policy in the Russian Federation are: the study of the language situation, codification of language norms, determination of the basic principles and ways to improve language policy, as well as the practical implementation of the goals of the policy and the planned program of the state actions in the framework of ensuring national unity.

**Keywords:** linguistic factor, state, development, people, language, nation, country

**Conflicts of interest:** The author declares no conflicts of interest.

**Article history:**

The article was submitted on 06.03.2024. The article was accepted on 10.06.2024.

**For citation:**

Wu T. Main trends in the development of language policy of Russia. *RUDN Journal of Public Administration*. 2024;11(3):320–326. <https://doi.org/10.22363/2312-8313-2024-11-3-320-326>

## Введение

Изучение проблем языковой политики является актуальным в социолингвистике, политологии, философии и ряде других наук. Для России такие исследования представляются особенно значимыми, так как решение проблем языковой политики сегодня — это вопрос не только национальной идентичности, но и, отчасти, государственной безопасности. **Цель исследования** — проанализировать языковую политику в России на современном этапе, а также определить основные тенденции влияния государства на ее становление.

## Методы исследования

Методологию исследования составил аналитический обзор законодательных документов международного и национального значения, официальных статистических данных и компетентных литературных источников — теоретико-методологических наработок исследователей в сфере становления и развития языковой политики в России и мире.

## Результаты исследования и обсуждение

Языковая политика определяется рядом исследователей как система государственных мер, направленных на поддержание функций государственного языка. В каждой стране языковая политика — часть национальной политики. Составляющими языковой политики являются: языковое планирование, языковой контроль, языковые институты [1].

Языковое планирование предусматривает наработки законодательной и нормативной базы для регулирования языковой политики. Языковой контроль включает разработку закона, определяющего санкции за невыполнение и нарушение языкового законодательства [2]. Языковые институты

предусматривают создание соответствующих ответственных структур по языковым вопросам и органов контроля и координации языковой политики (например, Министерство культуры и массовых коммуникаций Российской Федерации). Данные структуры и институты на постоянной основе должны проводить мониторинг языковых вопросов. Как показывает опыт развитых стран (Швейцария, Финляндия, Дания и др.), такими органами контроля и координации должны быть не только государственные, но и общественные организации, научные центры [3].

В России история языковой политики, ее стратегий развития, несмотря на наличие негативных результатов вмешательства в процессы функционирования языка неквалифицированных специалистов, ознаменована положительными периодами и примерами регулирования языковых процессов в обществе. Еще в первой половине прошлого века в стране была проведена колоссальная работа по созданию алфавитов и письменности для бесписьменных языков народов СССР, кроме того, значительное внимание специалисты в сферах лингвистики и социологии уделяли преодолению проблем безграмотности и распространению русского языка как языка межнационального общения, образования и государственного делопроизводства на территории СССР [4]. Целостные принципы стратегии языковой политики первой половины XX в. отражены и в современной России, но при этом перманентно с развитием науки и общества уточняются экстралингвистические, в частности, геополитические, факторы и языковая ситуация в целом [5].

Обращаясь к современному законодательству Российской Федерации, первично следует выделить, что Основным Законом (Конституция РФ) определено следующее: человек, его права и свободы являются высшей ценностью, а их признание, соблюдение и защита входят в обязанность государства. В соответствии с положениями статьи 68 Основного Закона (Часть 2) РФ являет собой гаранта для всех ее народов в части права на сохранение родного языка, а также создания и сохранения условий для его изучения и развития [6].

Также следует выделить концептуальные положения Федерального Закона «О языках народов Российской Федерации» [6], где определяются языки народов РФ и находятся под защитой государства, которое на всей территории страны обязуется способствовать развитию национальных языков, двуязычию и многоязычию.

Изучая позиции специалистов сферы социологии, политологии и лингвистики в отношении языковой политики в РФ и мире, следует подчеркнуть разнообразие подходов к определению ее дефиниции. Так, в научной области государственного управления языковая политика — это демонстрация отношения государства в лице органов государственной власти к решению языковых проблем в конкретной стране [7]. По определению А.А. Каневского, это также совокупность установок, концепций, законодательных актов и мер, предназначенных для воздействия на процессы языковой жизни общества и регулирования этих процессов [1]. Государственная языковая политика — это деятельность государства и общества, направленная на решение проблем

в сфере языковых отношений по согласованию интересов различных языковых групп [8].

Исходя из того, что языковая политика в современном российском государстве призвана быть частью национальной политики, отражать ее принципы и отвечать государственной идеологии, предлагаем определять ее как составляющую этнонациональной политики, направленной на утверждение, развитие и повсеместное функционирование русского языка как государственного в стране, надлежащее обеспечение языковых прав национальных и региональных сообществ для консолидации общества.

Здесь важно подчеркнуть, что в рамках обеспечения равного доступа к развитию языка всех национальных меньшинств РФ просматриваются субъекты этнополитики как равноправные партнеры при разработке и реализации лингвополитики на принципах демократии. Там, где взаимодействие субъектов этнополитики в языковых вопросах отсутствует, где царит диктат одного из субъектов, там языковая политика имеет тоталитарно-господствующий характер одного из языков.

Язык — это фактор, который по своему значению в разграничении культур уступает только религии. Запад отличается от подавляющего большинства цивилизаций своим многоязычием. Японский, хинди, пекинский диалект китайского, арабский, а также непосредственно русский языки признаны сейчас как главные языки цивилизаций [9]. Так, ключевым шагом к развитию этнополитики в рамках языковых аспектов стало приведение положений государственной языковой политики РФ в соответствие со стандартами и нормами Европейской хартии [10]. Сейчас на территории субъектов РФ, где тот или иной нерусский язык является одним из основных языков населения субъекта и связан с определенной этнической общностью, данному языку присваивается статус официального языка региона. Кроме того, в многочисленных республиках РФ нерусский язык может стать и вторым государственным языком. Сегодня уже в двадцати двух республиках существуют несколько десятков официально признанных региональных языков (например, в Дагестане, Башкирии, Татарстане, Чувашии, Кабардино-Балкарии, Карачаево-Черкесии).

Учитывая, что целью российской этнополитики является достижение межнационального единения и политического согласия общества, а также реализация провозглашенных международными документами и законодательством нашего государства прав всех этносов по использованию языка в частной и государственной жизни, язык следует рассматривать как объект политики со своими теоретико-методологическими аспектами функционирования и влияния на социальные процессы.

Русский литературный язык объединяет национальности всех регионов страны, способствует осознанию ими общей судьбы, истории, традиций, духовности. Попытки разъединить этносы по языковому признаку, поделить их по этнографическому принципу могут иметь лишь временный успех, потому что в самый ответственный момент истории, в случае возникновения

экстремальной ситуации в генезисе национального срабатывает инстинкт сохранения этнической идентичности, как это не раз подтверждала и свидетельствует история России [11].

Текущая ситуация в отношении тенденций становления и развития языковой политики в РФ зависит в большей степени от сложного государственного устройства. Следует подчеркнуть, что Россия включает 85 равноправных субъектов, на территории которых проживают свыше 100 коренных народов, а также ряд этнических групп [10]. Данными народами и группами этносов представлено более 150 языков разных языковых семей, среди которых: славянские, тюркские, финно-угорские, монгольские, северокавказские и пр., около 80 литературных языков. При этом в РФ отражается достаточно высокий уровень языкового единения: на русском языке говорит 98,2 % населения; 23 % населения владеет еще 38 языками, а остальные 114 языков распространены всего среди 1 % населения [8].

Отдельно стоит выделить образовательную систему как структурообразующий фактор языковой политики государства. В России 91,6 % школ с обучением на русском языке, на нерусских языках обучаются менее 1 %. Самый крупный язык помимо русского и татарского — якутский. Кроме английского растёт изучение китайского и испанского языков [3]. В соответствии с федеральными государственными образовательными стандартами, несмотря на приоритетность русского языка как государственного, обосновывается целесообразность и необходимость включения в образовательные программы учебных заведений всех уровней образования курсов по другим языкам, разрабатываются авторские методологии обучения билингвизму, выдвигается на первый план роль знания языков в системе адаптации личности учащегося в поликультурном обществе.

### Заключение

Таким образом, как существенный аспект национальной идеи, закреплённый в статусе государственного официального символа, язык выступает важным фактором консолидации общества, формирования политической нации, идентификации всех граждан как политического сообщества. Он также становится признаком принадлежности человека к определённому территориальному, экономическому, информационному и т.д. пространству государства, даже определённых союзов стран. Средствами языка происходит идентификация людей разных национальностей в политическую систему, нацию или народ.

Возвышенный до уровня государственного, язык, на котором принимаются законы, становится приоритетным во всех сферах общественной жизни, государственного управления. Он выполняет представительскую роль на межгосударственном уровне страны, ее государственных органов. Поэтому приоритетом государственной языковой политики России является утверждение и развитие русского языка — определяющего фактора и главного признака

идентичности нации, которая исторически проживает на территории страны, составляет абсолютное большинство ее населения, дала официальное название государству и входит в число базовых системообразующих компонентов российской государственности.

### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Каневский А.А. Языковая политика как вид национальной политики государства // Философия права. 2015. № 4 (71). С. 47–51.
2. Вострикова Е.В., Куслий П.С. Язык как динамическая система: наследие Вильгельма фон Гумбольдта и современное языкознание // *Epistemology & Philosophy of Science*. 2020. Т. 57. № 1. С. 110–130. <https://doi.org/10.5840/eps202057110>
3. Арефьев А.Л. Русский язык в современном мире // Университетская книга. 2017. № 1–2. С. 22–23.
4. Петрулевич И.А., Месропян Л.М. Современная языковая политика Российской Федерации: основные векторы и тенденции развития // Гуманитарий Юга России. 2015. № 4. С. 66–76.
5. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (ред. от 21.07.2014) // Консультант Плюс. URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_28399/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399/) (дата обращения: 14.05.2020).
6. Закон РФ “О языках народов Российской Федерации” от 25.10.1991 № 1807–1 (ред. от 12.03.2014) // Консультант Плюс. URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_15524/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_15524/) (дата обращения: 14.03.2024).
7. Аллатов В.М. Языковая политика в России и мире // Языковая политика и языковые конфликты в современном мире. 2014. № 1. С. 11–24.
8. Сулейманов А.А. Языковая политика в Российской Федерации // Молодой ученый. 2019. № 23 (261). С. 551–553.
9. Korotayev A., Borinskaya S., Starostin G., Meshcherina K. Evolution of Eurasian and African family systems, cross-cultural research, comparative linguistics, and deep history // *Social evolution & history*. 2019. Vol. 18. № 2. P. 286–312. <https://doi.org/10.30884/seh/2019.02.15>
10. Европейская хартия региональных языков или языков меньшинств // Серии европейских договоров — № 148. URL: <https://www.coe.int/ru/web/european-charter-regional-or-minority-languages/tekst-hartii> (дата обращения: 14.03.2024).
11. Сулейменова Э.Д. Глобализация и языковая политика // Полилингвильность и транскультурные практики. 2020. Т. 17. № 1. С. 112–120. <https://doi.org/10.22363/2618-897X-2020-17-1-112-120>
12. Биткеева А.Н., Вингендер М. Сценарии в языковой политике России: вопросы концепции и методологии // Социоллингвистика. 2020. № 1. С. 34–53. <https://doi.org/10.37892/2713-2951-1-1-34-53>
13. Minasyan A. Language policy, national identity and politics // *European scientific journal*. 2019. № 2. P. 273–277.
14. Penfield S. Language activism and language policy // *Cambridge handbook on language policy* / Ed. by B. Spolsky. Cambridge University Press; 2012. P. 460–465.

### REFERENCES

1. Kanevsky AA. Language policy as a type of national policy of the state. *Filosofiya prava*. 2015;4(71):47–51. (In Russ.).
2. Vostrikova EV, Kuslii PS. Language as a dynamic system: The legacy of wilhelm von humboldt and modern linguistics. *Epistemology & Philosophy of Science*. 2020;1(57):110–130. (In Russ.). <https://doi.org/10.5840/eps202057110>

3. Aref'ev AL. Russian language in the modern world. *Universitetskaya kniga*. 2017;(1–2):22–23. (In Russ.).
4. Petrulevich IA, Mesropyan LM. Modern language policy of the Russian Federation: Main Vectors and Development Trends. *Gumanitarii Yuga Rossii*. 2015;4:66–76. (In Russ.).
5. Konstitutsiya Rossiiskoi Federatsii (prinyata vsenarodnym golosovaniem 12.12.1993) (red. ot 21.07.2014) [The Constitution of the Russian Federation (adopted by popular vote on 12.12.1993) (as amended on 07.21.2014)]. *Konsul'tant Plyus*. URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_28399/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399/) (accessed: 14.05.2020) (In Russ.).
6. Zakon RF “O yazykakh narodov Rossiiskoi Federatsii” ot 25.10.1991 N 1807–1 (red. ot 12.03.2014) [The Law of the Russian Federation “On the Languages of the Peoples of the Russian Federation” dated 10/25/1991 № 1807–1 (as amended on 03/12/2014)]. *Konsul'tant Plyus*. URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_15524/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_15524/) (accessed: 14.03.2024) (In Russ.).
7. Alpatov VM. Language policy in Russia and the World. *Yazykovaya politika i yazykovye konflikty v sovremennom mire*. 2014;1:11–24. (In Russ.).
8. Suleimanov AA. Language policy in the Russian Federation. *Molodoi uchenyi*. 2019;23 (261):551–553. (In Russ.).
9. Korotayev A, Borinskaya S, Starostin G, Meshcherina K. Evolution of Eurasian and African family systems, cross-cultural research, comparative linguistics, and deep history. *Social Evolution & History*. 2019;2 (18):286–312. <https://doi.org/10.30884/seh/2019.02.15>
10. Evropeiskaya khartiya regional'nykh yazykov ili yazykov men'shinstv [European charter for regional or minority languages]. *Serii evropeiskikh dogovorov* — № 148. URL: <https://www.coe.int/ru/web/european-charter-regional-or-minority-languages/tekst-hartii> (accessed: 14.03.2024) (In Russ.).
11. Suleimenova ED. Globalization and language policy. *Polylinguality and transcultural practices*. 2020;17(1):112–120. (In Russ.). <https://doi.org/10.22363/2618-897X-2020-17-1-112-120>
12. Bitkeeva AN, Vingender M. Scenarios in the language policy of Russia: Issues of concept and methodology. *Sotsiolingvistika*. 2020;1:34–53 (In Russ.). <https://doi.org/10.37892/2713-2951-1-1-34-53>
13. Minasyan A. Language policy, national identity and politics. *European Scientific Journal*. 2019;2:273–277.
14. Penfield S. Language activism and language policy. In: *Cambridge handbook on language policy*. Ed. by B. Spolsky. Cambridge University Press; 2012:460–465.

#### **Информация об авторе:**

У Тин — кандидат политических наук, преподаватель Института иностранных языков, Северо-Западный педагогический университет, 730070, Китайская Народная Республика, Ланьчжоу, ул. Аньнин Дунлу, д. 967 (ORCID ID: 0000-0001-9219-0582) (e-mail: wutingnina@163.com).

#### **Information about the author:**

Ting Wu — PhD in Politics, Lecturer at the College of Foreign Languages and Literature, Northwest Normal University, 967 Anning Donglu st., Lanzhou, China, 730070 (ORCID ID: 0000-0001-9219-0582) (e-mail: wutingnina@163.com).



## УПРАВЛЕНИЕ МЕДИАОБРАЗОВАНИЕМ MEDIA EDUCATION MANAGEMENT

DOI: 10.22363/2312-8313-2024-11-3-327-332

EDN: CFEYBZ

Research article / Научная статья

### Explorative analysis of the impact of radio media on the development of critical media literacy

Alexandra A. Kanceva<sup>1</sup> , Alexandra Y. Ovechkina<sup>1</sup> ,  
Dmitriy V. Nakisbaev<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Moscow City University, *Moscow, Russian Federation*

<sup>2</sup>RUDN University, *Moscow, Russian Federation*

[kancevaa@mgpu.ru](mailto:kancevaa@mgpu.ru)

**Abstract.** The aim of this study is to analyze the impact of radio media on the development of media literacy among students studying the basics of radio broadcasting. The relevance of the topic is driven by the need to prepare young people for life in an information society, where critical information evaluation plays a key role. The research explores the potential of radio media as a tool for enhancing media literacy and provides recommendations for educational institutions on integrating radio broadcasting technologies into their curricula.

**Keywords:** media education, media influence, media competencies, media consumption patterns, radio broadcasting skills, educational technology, cultivating critical thinking

**Contribution:** All the authors participated in the development of the concept of this review, drafted the manuscript, and formulated the conclusions.

**Conflicts of interest:** The authors declare no conflicts of interest.

#### Article history:

The article was submitted on 11.04.2024. The article was accepted on 10.06.2024.

#### For citation:

Kanceva AA, Ovechkina AY, Nakisbaev DV. Explorative analysis of the impact of radio media on the development of critical media literacy. *RUDN Journal of Public Administration*. 2024;11(3):327–332. <https://doi.org/10.22363/2312-8313-2024-11-3-327-332>

### Introduction

In the contemporary world, media resources play a significant role in the educational process, providing unique opportunities for the development of critical thinking and media literacy among students. Radio media as one of the long-

© Kanceva A.A., Ovechkina A.Y., Nakisbaev D.V., 2024



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License  
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/legalcode>

standing and traditional media remains a relevant tool for educational transformation, despite the rapid development of digital technologies. The objective of this research is to explore the impact of radio media on the development of media literacy among students whose curriculum includes the study of radio broadcasting skills.

The importance of this topic is confirmed by the need to prepare the young generation for life in the information society, where the ability to critically evaluate information becomes one of the key skills. **The study aims** to identify the potential of radio media as an effective tool for increasing students' media literacy and to develop recommendations for educational institutions to integrate radio broadcasting technologies into their curricula.

### **Radio Media Development in Education**

The term 'radio media' refers to the use of radio broadcasting technologies to transmit information through an audio format. Radio traditionally includes both analogue and digital forms of broadcasting, covering AM and FM radio stations, as well as modern internet radio stations and podcasts. In the context of education, radio media is used as a means of delivering educational content, stimulating students' interest in learning and creating their own audio programmes, thus contributing to the development of their technical skills and media literacy.

Media literacy is the ability to analyse, evaluate and create messages in different media forms. For the purposes of this study, media literacy is understood as a set of knowledge and skills that allow individuals to actively participate in media processes, critically evaluate media content, and use media as a tool for ecological communication [1]. Media literacy implies an understanding of the specifics of the format of media messages, manipulation techniques and the influence that media have on public consciousness, as well as the ability to use media technologies to create their own informative content [2].

The importance of these concepts in the context of this study lies in their interconnectedness: radio media act as a means of improving media literacy by providing students with a platform for practical application of theoretical knowledge and skills in real media projects.

Radio as an instrument of mass communication began to be widely used in educational processes in the early 20th century and keeps its importance to this day [3]. In the 1920s and 1930s, with the development of radio broadcasting technologies in the USSR, educational institutions began to use radio to inform about the most important events in the life of the country [4]. At this time, it served as an important means of delivering educational content, including the first, still irregular text radio programmes.

During the Second World War and in the post-war years, the use of radio for educational purposes expanded considerably [3]: developing the traditions of the radio universities of the 1920s, radio broadcasting organised a series of special educational programmes to help schools, general educational programmes to help political self-education, on literature and art, including the 'Radio University of Culture'. During

the Cold War period, radio received a new impetus for development, especially in the context of science and technology education aimed at supporting scientific and technological progress and the country's competitiveness.

With the development of Internet technology, traditional radio began to move into digital formats such as podcasts and Internet radio stations, offering new learning opportunities. This not only reflects the process of radio media development, but also confirms its importance as a relevant educational tool.

Existing research about media literacy and radio media indicate the significant attention given to this topic in the academic community [5]. Works demonstrate how radio influences the development of critical media skills among different age groups and how educational broadcasting promotes social inclusion by facilitating access to education for remote or marginalised communities.

Modern radio media offer more interactive learning formats that appeal to young people brought up in the digital age, suggesting that they are adaptable and promising in the context of educational processes [6].

Media communication researchers such as Sonia Livingston and Leslie Haddon have noted the significant role of radio as a medium for delivering educational content [5] and as a tool for cultivating critical thinking and analytical skills. In their work, they examine the impact of radio on the development of critical media evaluation skills among young people.

James Potter highlights the importance of integrating radio into educational programmes: he observes that students' participation in the creation of radio content improves their technical and public speaking skills, as well as their ability to express their thoughts and feelings.

David Buckingham sees radio as a tool for social inclusion, providing access to education for different social groups [7]. His research demonstrates how digital technologies and podcasts are extending the educational possibilities of radio, making it more interactive and appealing to today's young people.

### **Radio Media in Education System**

Radio media remains a significant educational tool to promote media literacy among students. Radio helps students in Moscow schools to master the skills of creating media content and develop the ability to analyse and critically evaluate information. The introduction of radio projects as part of the school curriculum — from news broadcasts to educational programmes — actively engages students in the learning process [8].

Radio journalism training helps students learn the skills to create unique multimedia content. Radio projects developed by schoolchildren range from producing news bulletins to creating educational podcasts and thematic programmes and allow students not only to explore topical issues but also to learn the technical aspects of radio broadcasting, including sound design, multi-track mixing, frequency-dynamic processing of recordings, etc. The use of professional equipment in turn contributes to the acquisition of practical skills that can be applied in the future [8].

The use of professional equipment, in turn, facilitates the acquisition of practical skills that can be applied in the future.

In addition, students develop skills in analysing media content, which improves their media literacy. They study the influence of media on public opinion, learn to recognise and avoid information bias when creating their own content to ensure objectivity and credibility of media material [9]. These competences are key in today's information society.

Nevertheless, integrating radio media into the educational process is fraught with difficulties, such as the need for significant investment in specialised audiovisual equipment and teacher training. Without prior training, mastering the technical aspects of radio production in the next educational stages can be difficult for students. However, the potential benefits, including the development of media literacy and improved public speaking, make the integration of radio media in education an important topic for consideration.

To improve the quality of subject teaching in schools, an educational programme for media educators should be implemented to acquire competencies in media production. Schools should also seek to establish sustainable funding models for relevant educational projects, including possible partnerships with local media organisations and cultural institutions. The development of clear curricula that integrate radio media facilitates their effective incorporation into the educational environment. It is important to take into account students' interests and preferences when selecting topics and formats for radio programmes in order to motivate students to actively participate in projects.

## Conclusions

A study of the use of media tools in the study of radio journalism has revealed the significant potential of radio as an educational tool to increase the level of media literacy of school students. Radio projects motivate students to active learning activities, self-expression and practical application of knowledge. However, achieving the most effective learning outcomes requires solving problems related to the technical equipment of classes and teacher training.

Based on this analysis, it can be concluded that for further development of radio media infrastructure it is necessary to create conditions for regular practice and updating of educational content. Systematic assessment of the impact of the media sphere on modern education is necessary for the adaptation and adjustment of educational programmes. In conclusion, we emphasise that radio, being a powerful but underestimated tool, can significantly diversify the educational process, providing students with unique opportunities for learning and development.

## REFERENCES

1. Korochensky A. *Mediakritika i mediaobrazovanie* [Media criticism and media education]. *Vyshee obrazovanie v Rossii*. 2004;(8):40–46. (In Russ.).

- Hobbs R. Improvization and strategic risk-taking in informal learning with digital media literacy. *Learning, Media and Technology*. 2013;38(2):182–197. <https://doi.org/10.1080/17439884.2013.756517>
- Dorf GYa. *Attention! Speaks school! Radio: A book for the teacher. From the experience of school radio in secondary school № 112*. Moscow; 1988. 159 p. (In Russ.).
- Muriukina E. Mediaobrazovatel'naya model na materiale radio (iz opyta raboty g.ya. Dorfa) v SSSR v 1980-e gody [Media-educational model on the material of radio (from the experience of G.Y. Dorf) in the USSR in the 80s]. *Crede Experto: Transport, Society, Education, Language*. 2020;(3(26)). (In Russ.).
- Livingstone S, Haddon L. *EU Kids Online: Final report*. LSE, London: EU Kids Online; 2009. (EC Safer Internet Plus Programme Deliverable D6.5)
- Haddon L. Mobile Media and Children. *Mobile Media, Communication*. 2013;1(1):89–95. <https://doi.org/10.1177/2050157912459504>
- Buckingham D. Chapter 3. Media Literacies. In: *Media Education: Literacy, Learning and Contemporary Culture*. Cambridge: Polity Press; 2003. URL: [https://www.researchgate.net/publication/242298855\\_Chapter\\_Three\\_of\\_Media\\_Education\\_Literacy\\_Learning\\_and\\_Contemporary\\_Culture](https://www.researchgate.net/publication/242298855_Chapter_Three_of_Media_Education_Literacy_Learning_and_Contemporary_Culture) (accessed: 25.04.2024).
- Bulatova MB. *Internet — Zhurnalistika i novye media* [Internet journalism and new media]. Kostanay: KSU; 2018. 77 p. (In Russ.).
- Bykov IA, Medvedeva MV. Media literacy as part of the information security system. *Vestnik of the State University of Education. Series: History and Political Science*. 2020;1:24–32. (In Russ.). <https://doi.org/10.18384/2310-676X-2020-1-24-32>

#### Information about the authors:

Alexandra A. Kanceva — Methodologist of the Institute of Specialized Training Development Liberal Arts in Prevocational Education, Moscow City University, 6A Vorontsovskaya st., bldg. 1, Moscow, Russian Federation, 109044 (ORCID ID: 0000-0002-5537-9842) (e-mail: kancevaaa@mgpu.ru).

Alexandra Y. Ovechkina — Specialist of Institute of Specialized Training Development Liberal Arts in Prevocational Education, Moscow City University, 6A Vorontsovskaya st., bldg. 1, Moscow, Russian Federation, 109044 (ORCID ID: 0009-0007-9891-4706) (e-mail: ovechkinaay@mgpu.ru).

Dmitriy V. Nakisbaev — PhD in Political Science, Head of the Department of Public Administration, RUDN University, 6 Miklukho-Maklaya st., Moscow, Russian Federation, 117198 (ORCID ID: 0000-0002-0600-7639) (e-mail: nakisbaev-dv@rudn.ru).

## Эксплоративный анализ влияния радиомедиа на развитие критической медиаграмотности

А.А. Канцева<sup>1</sup>  , А.Ю. Овечкина<sup>1</sup> , Д.В. Накисбаев<sup>2</sup> 

<sup>1</sup>Московский городской педагогический университет, Москва, Россия

<sup>2</sup>Российский университет дружбы народов, Москва, Россия

 kancevaaa@mgpu.ru

**Аннотация.** Целью данного исследования является анализ влияния радиомедиа на формирование медиаграмотности у учащихся, изучающих основы радиовещания. Актуальность темы обусловлена необходимостью подготовки молодежи к жизни в информационном обществе, где критическое восприятие информации играет ключевую роль. В ходе работы исследуется потенциал радиомедиа как инструмента для развития медиаграмотности, а также разрабатываются рекомендации для образовательных учреждений по внедрению радиовещательных технологий в учебные программы.

**Ключевые слова:** медиаобразование, влияние медиа, медиакомпетенции, модели потребления медиа, навыки радиовещания, образовательные технологии, воспитание критического мышления

**Вклад авторов.** Все авторы участвовали в разработке концепции обзора, написании текста рукописи, формулировке выводов.

**Заявление о конфликте интересов:** Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

**История статьи:**

Статья поступила в редакцию 11.04.2024. Статья принята к публикации 10.06.2024.

**Для цитирования:**

*Kanceva A.A., Ovechkina A.Y., Nakisbaev D.V.* Explorative analysis of the impact of radio media on the development of critical media literacy // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Государственное и муниципальное управление. 2024. Т. 11. № 3. С. 327–332. <https://doi.org/10.22363/2312-8313-2024-11-3-327-332>

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Короченский А.* Медиакритика и медиаобразование // Высшее образование в России. 2004. № 8. С. 40–46.
2. *Hobbs R.* Improvization and Strategic Risk-taking in Informal Learning with Digital Media Literacy // Learning, Media and Technology. 2013. Vol. 38. № 2. P. 182–197. <https://doi.org/10.1080/17439884.2013.756517>
3. *Дорф Г.Я.* Внимание! Говорит школьное! радио: книга для учителя. Из опыта работы шк. радио в сред. шк. № 112 Москвы. М. : Просвещение, 1988. 159 с.
4. *Мурюкина Е.В.* Медиаобразовательная модель на материале радио (из опыта работы Г.Я. Дорфа) в СССР в 1980-е годы // Crede Experto: транспорт, общество, образование, язык. 2020. № 3 (26).
5. *Livingstone S., Haddon L.* EU Kids Online: Final Report. LSE, London: EU Kids Online, 2009. (EC Safer Internet Plus Programme Deliverable D6.5)
6. *Haddon L.* Mobile Media and Children // Mobile Media, Communication. 2013. Vol. 1. № 1. P. 89–95. <https://doi.org/10.1177/2050157912459504>
7. *Buckingham D.* Chapter 3. Media Literacies // Media Education: Literacy, Learning, and Contemporary Culture. Cambridge: Polity Press, 2003. URL: [https://www.researchgate.net/publication/242298855\\_Chapter\\_Three\\_of\\_Media\\_Education\\_Literacy\\_Learning\\_and\\_Contemporary\\_Culture](https://www.researchgate.net/publication/242298855_Chapter_Three_of_Media_Education_Literacy_Learning_and_Contemporary_Culture) (дата обращения: 25.04.2024)
8. *Булатова М.Б.* Интернет-журналистика и новые медиа. Костанай : КГУ, 2018. 77 с.
9. *Быков И.А., Медведева М.В.* Медиаграмотность как часть системы информационной безопасности // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: история и политические науки. 2020. № 1. С. 24—32. <https://doi.org/10.18384/2310-676X-2020-1-24-32>

**Информация об авторах:**

*Канцева Александра Александровна* — методист института развития профильного обучения, Московский городской педагогический университет, 109044, Россия, Москва, ул. Воронцовская, д. 6, стр. 1 (ORCID ID: 0000-0002-5537-9842) (e-mail: [kancevaaa@mgpu.ru](mailto:kancevaaa@mgpu.ru)).

*Овечкина Александра Юрьевна* — специалист института развития профильного обучения, Московский городской педагогический университет, 109044, Россия, Москва, ул. Воронцовская, д. 6, стр. 1 (ORCID ID: 0009-0007-9891-4706) (e-mail: [ovechkinaay@mgpu.ru](mailto:ovechkinaay@mgpu.ru)).

*Накисбаев Дмитрий Владимирович* — кандидат политических наук, доцент, заведующий кафедрой государственного и муниципального управления, Российский университет дружбы народов, 117198, Россия, Москва, ул. Миклухо-Маклая, д. 6 (ORCID ID: 0000-0002-0600-7639) (e-mail: [nakisbaev-dv@rudn.ru](mailto:nakisbaev-dv@rudn.ru)).



DOI: 10.22363/2312-8313-2024-11-3-333-343

EDN: CCQBPК

Научная статья / Research article

## Сторителлинг и педагогическое мастерство в контексте предпрофессионального медиаобразования

А.А. Колесниченко<sup>1</sup>  , Е.В. Щедрина<sup>1,2</sup> , А.Б. Канцев<sup>3</sup> 

<sup>1</sup>Московский городской педагогический университет, Москва, Россия

<sup>2</sup>Государственный университет просвещения, Москва, Россия

<sup>3</sup>ООО «ИНМОРТЕРМИНАЛ», Новороссийск, Россия

 [kolesnichenkoa@mgpu.ru](mailto:kolesnichenkoa@mgpu.ru)

**Аннотация.** Обосновано включение курсов по сторителлингу и литературному мастерству (creative writing) в программы предпрофессионального медиаобразования. Проведен обзор существующих практик обучения детей и взрослых литературному мастерству, выявлены дефициты институционализации литературного образования в России, рассмотрены проблемы управления данной сферой. Доказана полезность обучения литературному мастерству в профессиональной ориентации старшеклассников. Предложены потенциально результативные образовательные практики.

**Ключевые слова:** система образования, литературный стиль, художественный стиль, предпрофессиональное образование, профориентация, нарративные техники, креативная педагогика

**Вклад авторов.** Все авторы участвовали в разработке концепции обзора, написании текста рукописи, формулировке выводов.

**Заявление о конфликте интересов:** Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

### История статьи:

Поступила в редакцию 01.05.2024. Принята к публикации 30.06.2024.

### Для цитирования:

Колесниченко А.А., Щедрина Е.В., Канцев А.Б. Сторителлинг и педагогическое мастерство в контексте предпрофессионального медиаобразования // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Государственное и муниципальное управление. 2024. Т. 11. № 3. С. 333–343. <https://doi.org/10.22363/2312-8313-2024-11-3-333-343>



# Storytelling and pedagogical mastery in the context of prevocational media education

Alexey A. Kolesnichenko<sup>1</sup>  ,  
Elizaveta V. Shedrina<sup>1,2</sup> , Alexander B. Kancev<sup>3</sup> 

<sup>1</sup>Moscow City University, Moscow, Russian Federation

<sup>2</sup>State University of Education, Moscow, Russian Federation

<sup>3</sup>LLC “INMORTERMINAL”, Novorossiysk, Russian Federation

 kolesnichenkoa@mgpu.ru

**Abstract.** This study emphasizes the importance of incorporating storytelling and creative writing courses into pre-professional media education programs, not only as tools for developing literary skills but also as essential components of students’ overall intellectual and creative growth. It highlights the need for more structured and institutionalized literary education in Russia, where such programs are often underdeveloped. In addition to analyzing current teaching methods for both children and adults, the research explores how creative writing can serve as an asset in shaping students’ professional paths, fostering critical thinking, and enhancing their ability to communicate effectively. The study offers new perspectives on existing pedagogical models, suggesting innovative practices that could improve both engagement and learning outcomes in media education.

**Keywords:** education system, literary style, artistic style, pre-professional education, career guidance, narrative techniques, creative pedagogy

**Contribution:** All the authors participated in the development of the concept of this review, drafted the manuscript, and formulated the conclusions.

**Conflicts of interest:** The authors declare no conflicts of interest.

## Article history:

The article was submitted on 01.05.2024. The article was accepted on 30.06.2024.

## For citation:

Kolesnichenko AA, Shedrina EV, Kancev AB. Storytelling and pedagogical mastery in the context of prevocational media education. *RUDN Journal of Public Administration*. 2024;11(3):333–343. <https://doi.org/10.22363/2312-8313-2024-11-3-333-343>

## Введение

Образовательный процесс претерпевает серьезные изменения: на первое место выходят практические навыки, которые могут получить ученики до своего поступления в высшие учебные заведения. Для их формирования и развития используются новые методики, в числе которых и сторителлинг, ставший самым популярным форматом, поскольку применим во многих сферах жизнедеятельности.

Чтобы углубиться в методологию сторителлинга, необходимо дать ему наиболее конкретное определение.

По мнению исследователя И. Хутыза, сторителлинг представляет собой коммуникативную технологию, которая позволяет сделать информацию более интересной [1]. Расширяет это определение Е. Валеева, наделяя его

следующими функциями: создание эмоциональных связей, расставление акцентов, заострение внимания на необходимых вещах [2].

Изначально сторителлинг рассматривался как метод мотивации сотрудников в области управления персоналом, однако чуть позже исследователи обратили внимание на его педагогическую составляющую. Так, Т. Краснова вывела следующее определение: «Сторителлинг — педагогическая техника активизации познавательной сферы и учебной мотивации, построенная на использовании увлекательных историй с определенной структурой, через которые осуществляется воздействие на мотивационно-ценностную сферу обучающегося, результатом чего является формирование определенного действия» [3].

Таким образом, сторителлинг становится методикой обучения, обеспечивающей качественный отбор способов мотивации и вовлечения субъектов образования в образовательный процесс.

### **О важности сторителлинга и литературного мастерства в современном образовании**

Суть методологии образовательного сторителлинга рассматривается учеными через призму создания эмоциональных связей, которые помогают педагогу управлять вниманием учащихся (О. Пяткова) [4], насыщать информацию коннотационными оттенками повествования и тем самым способствовать лучшему запоминанию (Е. Харунжева) [5]. Такой подход может помочь в решении основной проблемы, которая стоит перед современным образованием: преодолением информационного хаоса и неспособности запоминать и правильно интерпретировать поступающую информацию. Исследователь Е. Тихонова в [6] выносит вопрос, какая история может стать образовательным ресурсом и предлагает два основных требования: наличие героя и конфликта. Только подобным индуктивным методом возможно более грамотное запоминание абстрактных научных категорий.

Таким образом, мы видим, что сторителлинг в образовании хорошо изучен как педагогическая методика, позволяющая школьникам и студентам вузов глубже погружаться в материал, улучшающая его усваиваемость. Однако проблемы преподавания сторителлинга как журналистской дисциплины изучены достаточно мало — вероятно, ввиду сложившегося в профессиональном поле представления о том, что навыки построения драматургии повествования и конструирования индивидуальной стилистики текста уступают по значимости таким навыкам работы с информацией, как оперативность и аналитический подход. Об этом свидетельствует, в частности, распределение учебных курсов в профильных образовательных программах ведущих университетов. Так, например, наиболее близкий к сторителлингу обязательный учебный курс бакалаврской программы по журналистике НИУ ВШЭ носит наименование «Теория и практика русского литературного языка». В списке целей освоения дисциплины указано, что по итогу студент должен «уметь

составлять грамотный и связный текст или устное выступление», что оставляет за пределами внимания вопросы стилистики и разнообразия подходов к конструированию нарратива. Среди курсов по выбору присутствует дисциплина «Коммуникативные стратегии построения текста», содержание которой включает элементы нарратологии и герменевтики, изучение разных видов текстов (информационного, академического, художественного), вопросы стиля и дискурса, однако концентрируется в большей степени на изучении коммуникативной специфики разных видов нарративов, нежели на изучении практики их конструирования.

Вместе с тем очевидно, что стиль передачи информации, вне зависимости от типа медиа, оказывает непосредственное влияние на ее коммуникативный потенциал, а соответственно, косвенное влияние на популярность автора и медиа. Однако ввиду сложности операционализации понятия «стиль» и сведения его изучения к освоению базовой функциональной классификации (разговорный стиль, научный, деловой, публицистический, художественный и др.), теоретические исследования медиа могут терять из виду важную часть контекста существования медиапространства и медиапродукции, которая заключается в особенностях перцепции авторства, выраженного в индивидуальной стилистике текста. В свою очередь педагогические практики среднего и высшего образования, связанные с написанием текстов разного типа, акцентируют внимание на таких показателях, как связность, логичность, последовательность, грамотность текста, которые, в нашем понимании, являются в большей степени техническими, нежели творческими, поэтому не в полной мере оценивают уровень развития языковых навыков и ограничивают творческий потенциал обучающихся.

Комплексное решение этих вопросов предлагают практики литературного мастерства или творческого/креативного письма (creative writing), а также исследования в этой области (creative writing studies). Они десакрализируют и деромантизируют процесс создания художественного текста, не сводя его при этом к формалистской логике функциональных единиц повествования или психологическим особенностям восприятия истории читателем.

**Цель исследования** — выделение аспектов обучения сторителлингу и творческому письму, наиболее полезных в качестве предпрофессиональной практики для старшеклассников средней школы — будущих студентов медиафакультетов.

### **Анализ истории и методов преподавания учебных дисциплин**

История преподавания литературного мастерства как учебной дисциплины насчитывает много веков. Подробное описание развития этого процесса от античной риторики и поэтики через университетские практики XIX—XX вв. до оформления литературного мастерства как полноценной системы обучения в наши дни можно найти в работах Ю. Щербининой, О. Нечаевой, М. Кучерской, С. Колтуновой, Н. Чернявской, А. Швеца и других [8–11]. Все авторы отмечают,

однако, что несмотря на длительную историю, литературное мастерство до сих пор слабо институционализировано как отдельная дисциплина, в т.ч. ввиду того, что она «имеет столь же творческий характер, как и сама деятельность — создание художественных текстов» [12]. Тем не менее, по мнению Ю. Щербининой, «в отечественной лингводидактике и педагогике Creative Writing зачастую понимается как методика или технология обучения, а не самостоятельная дисциплина» [8], что позволяет нам рассматривать ее перспективы в контексте школьного образования.

Теоретические основы обучения литературному мастерству включают, по Т. Каверкиной, несколько источников: это «филология (и литературоведение как часть филологии), художественное образование, отечественный и зарубежный опыт обучения литературному мастерству» [12]. Пионер внедрения литературного мастерства в школьное образование Х. Мирнс считал его формой самовыражения с перспективами профессионализации, реализовать которые можно путем обучения детей вдумчивому и активному чтению классической и современной литературы. Н. Ферстер, впервые утвердивший творческое письмо в качестве университетской дисциплины, считал ее необходимой для изучения всеми специалистами в области литературы: как теоретиками (критиками, литературоведами), так и практиками (писателями, преподавателями). Комплексную писательскую подготовку Ферстер считал важнее самовыражения: по его мнению, создание собственных произведений способно дать учителю и исследователю литературы компетенции, которых не дают навыки анализа чужого текста [14].

Все исследователи так или иначе отмечают пользу владения навыками творческого письма в профессиях, связанных с коммуникациями: от медиа до связей с общественностью. В зарубежном образовании широко представлены программы и курсы литературного мастерства, ориентированные на обучение сторителлингу, написанию художественных и публицистических текстов в разных жанрах, сценариев кино, сериалов, радиопередач, театральных постановок, путевых заметок, стихов, песен и т.д. К примеру, британская Национальная ассоциация писателей в образовании предлагает к рассмотрению около 80 бакалаврских, свыше 200 магистерских и более 50 докторских программ, в которых изучаются те или иные аспекты литературного мастерства. В России обучение творческому письму, как сказано выше, менее институционализировано, однако уже сейчас, помимо Литературного института имени М. Горького, который готовит «профессиональных» писателей, поэтов и литературных критиков, рынок образования предлагает сотни коммерческих курсов и ряд программ высшего образования, например, магистерские программы «Литературное мастерство» в НИУ ВШЭ и «Литературное творчество» в СПбГУ.

Мы, однако, убеждены, что навыки литературного мастерства необходимы будущим специалистам в сфере коммуникаций не только на этапе непосредственно профессионального обучения в вузах, но гораздо раньше, в процессе профориентации на уровне школы, когда одной из основных задач

обучения является обеспечение осознанного выбора образовательного и карьерного трека. Профорientация в школах может быть организована в разных форматах: это экскурсии на предприятия, встречи с успешными профессионалами, тестирование, профессиональные пробы и т.д. Мы предлагаем рассмотреть вопросы обучения творческому письму в контексте проектов предпрофессионального образования, комбинирующих разные профориентационные практики в рамках стандартизированных и сбалансированных образовательных маршрутов. Среди таковых одним из самых успешных в гуманитарной сфере является проект «Медиакласс в московской школе», запущенный в 2021 г. Сегодня он реализуется более чем в 180 школах города для учащихся 10–11-х классов.

Образовательный маршрут учащегося медиакласса, утвержденный специально разработанным стандартом, комбинирует углубленное изучение профильных предметов (литературы, иностранного языка, обществознания), специализированные курсы и практикумы по журналистике и технологиям медиапроизводства, экскурсионную программу на площадки компаний-медиапартнеров, профессиональное обучение на базе колледжа с последующим получением свидетельства о профессии и проектно-исследовательскую деятельность, осуществляемую совместно с вузами-партнерами. Задача этой комплексной программы — обеспечить обучающемуся возможности для раннего профессионального самоопределения.

Особенности проекта отражают проблематику, обсуждаемую в статье: ввиду того, что учащийся медиакласса уже обладает: а) повышенной мотивацией к освоению профессии; б) определенным спектром предпрофессиональных навыков — подход к обучению таких школьников литературному мастерству и сторителлингу как его основе не может концентрироваться исключительно на освоении базовых теоретических понятий драматургии и поэтики прозы, таких как фабула, сюжет, герой, хронотоп, повествование и т.д., усваиваемым в рамках курсов русского языка и литературы. Умение пользоваться ими в практике медиапроизводства неразрывно связано с развитием индивидуальной стилистики создания контента как процесса производства смыслов, в основе которого так или иначе лежит текст: в виде журналистской статьи или очерка, поста для социальной сети, сценария видео или подкаста.

Т. Венедиктова развивает мысль об уникальных отношениях автора и читателя в контексте смыслопроизводства: «В глазах компетентного читателя пишущий — не учитель мудрости с задатками пророка, а человек, наделенный, помимо живого воображения, еще особым талантом, который можно назвать языковой проприоцепцией. Психологи называют проприоцепцией мышечное шестое чувство, ощущение своего тела в физической среде; оно имеется у всех людей, но в разной степени. В среде словесной чувство это проявляется как врожденный и культивированный навык „расположения“ себя в языке и распоряжения собою в языке, обживания посредством языка субъектных позиций». Исследователь определяет стиль как мастерство обеспечивать личное присутствие в каждой точке текста [16].

По нашему мнению, развитие этого специального навыка у учащихся старших классов, осваивающих программы профориентации в сфере медиа, может способствовать не только усилению предпрофессиональных компетенций в области создания текстового и мультимедийного контента, но и улучшению результатов обучения по всем социально-гуманитарным дисциплинам, предполагающим работу с текстом в части производства смыслов. Написание сочинений и эссе по предметам «Русский язык», «Литература», «Обществознание», «История» в качестве формата контроля знаний и оценивания компетенций проверяет у обучающихся способность логически структурировать текст, формулировать позицию и приводить в ее обоснование объективные аргументы, грамотно работать с терминологией и проводить рефлексию о результатах собственной деятельности [17]. Осознанная работа обучающегося над развитием языковой проприоцепции и поиском индивидуального способа написания текста способна привести его к пониманию, что даже в предзаданной структуре предметного эссе, критерии проверки которого не включают его эстетические качества (помимо аккуратности оформления и форматирования текста), сохраняется пространство для самовыражения на уровне стилистики, что может стать дополнительной мотивацией к повышению качества работы. Как отмечает А. Каверкина, «обучение литературному мастерству, как и художественное образование, должно быть личностно направленным и комплексным» [12]. В нашем случае это означает, что задачей педагога становится не только обучение базовым принципам словесного творчества, но и помощь обучающемуся в развитии индивидуальных языковых навыков, разработке не всегда полностью отрефлексированной, но существующей на уровне «языкового чутья» системы подходов к написанию текстов, которую можно назвать «авторским голосом». Помимо этого, целенаправленное формирование авторского стиля в работе с медиаконтентом любого типа способствует эстетическому воспитанию, необходимому в медиапроизводстве.

### **Перспективы и проблематика преподавания творческого письма**

В России действует рабочая группа по разработке профессионального стандарта профессии «писатель», этот стандарт может стать практическим основанием обучению творческому письму в предпрофессиональном образовании. До внедрения утвержденного стандарта в практику методисты школ и/или проектных офисов предпрофессионального медиаобразования могут использовать для разработки курсов внеурочной деятельности и дополнительного образования по творческому письму ряд популярных пособий и учебников, достаточно широко представленных на российском рынке. Среди них учебник А. Михальской, рассматривающий лингвосимволическую концепцию художественного текста как нарративного дискурса в совокупности с системой методов выделения его структурно-смысловых элементов и операциональных технологий обучения их созданию, классическое пособие

Ю. Вольфа, комбинирующее практические рекомендации по конструированию художественного текста и развитию литературного проекта с советами об организации психологически комфортного литературного быта, не менее культовая книга Р. Макки, впервые операционализировавшего понятие «сторителлинг» в полноценный учебный курс по драматургии, применяемый в профессиональной подготовке сценаристов, PR-специалистов, маркетологов, фундаментальный труд К. Воглера о мифологических структурах в литературе и кино, известный учебник по раскрытию творческих способностей Дж. Кэмерон, которая акцентирует внимание на литературном мастерстве как психологической практике и приводит ряд практических рекомендаций и упражнений и др. В основе этих пособий лежит представление о художественном тексте как конструируемой нарративной структуре. В первом приближении практика построения нарратива включает в себя создание законов фикциональной вселенной, конструирование персонажей через составление их физических и психологических портретов и поведенческих моделей, создание фабулы, сюжета и композиции текста, разработку конфликта как «двигателя» текста, а также использование стилистических инструментов, позволяющих задать тексту определенную напряженность и эмоциональную тональность.

В качестве методической базы для практик поиска и развития авторского стиля можно использовать книгу Н. Галь о типичных стилистических ошибках в прозе и публицистике, труды В. Виноградова, посвященные особенностям и задачам стилистики русских классиков, работы Т. Винокур о закономерностях использования стилистических средств в коммуникации, труды А. Лосева, который строит теорию художественного стиля как производной от композиционно-схематического плана произведения, а также широкий спектр современных филологических исследований об особенностях художественного стиля и его трансформациях, в частности работы Е. Рожновой, И. Кудряшова, Т. Афанасьевой. Особый интерес в обучении медиаспециалистов представляют современные концепции, развивающие вопросы литературной стилистики не через особенности формы и содержания текста, но рассматривающие ее в терминах когнитивной эстетики — как опыт проживания и интеракции; среди таковых можем выделить труды А. Берлеанта об основах эстетики и теории искусства. Полезными для преподавания творческого письма и его стилистики также представляются автобиографические размышления писателей об отношениях текста и его творца: особую популярность среди преподавателей литературного мастерства снискали книги С. Кинга и Р. Брэбери.

### **Заключение**

Гарантированный положительный эффект в школьном предпрофессиональном медиаобразовании и уже реализуемые на практике методами, и предлагаемые нами решения могут дать только при соблюдении

двух ключевых принципов. Во-первых, методисты, авторы курсов и педагоги должны найти баланс между ориентацией на особенности возрастной психологии обучающихся и особенности их отношений с литературой и языком в целом. Для этого необходимо, чтобы взрослые обладали достаточной подготовкой в области практики творческого письма и были способны корректно оценить особенности зарождающегося авторского стиля. Во-вторых, преподавание творческого письма должно быть профессионально окрашенным и учитывать интересующие обучающегося специальности в сфере массовых коммуникаций. Если развитие писательских навыков не является для обучающегося самоцелью, то наибольший эффект в его профессиональном становлении практика творческого письма окажет тогда, когда элементы конструируемой им фикциональной вселенной будут прямо или косвенно связаны с его будущей профессиональной деятельностью — миром журналистики и медиа.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Хутыз И.П. Сторителлинг в лекционном дискурсе // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Гуманитарные и общественные науки. 2019. Т. 10. № 2. С. 64–73. <https://doi.org/10.18721/JHSS.10206>
2. Валева Е.В. Образовательный сторителлинг на уроке литературы и русского языка // Школьные технологии. 2020. № 4. С. 94–98.
3. Краснова Т.И. Перспективы использования метода сторителлинга в преподавании социально-гуманитарных дисциплин // Высшая школа: проблемы и перспективы : сб. материалов XIV Междунар. науч.-метод. конф., Минск, 29 ноября 2019 г. Минск : Акад. управления при Президенте Респ. Беларусь, 2019. С. 223–224.
4. Пяткова О.Б. Метод сторителлинга в обучении // Школьные технологии. 2018. № 6. С. 41–45.
5. Харунжева Е.В. Теоретические основы использования сторителлинга в образовательном процессе // Педагогическое искусство. 2021. № 2. С. 28–32.
6. Тихонова Е.В. «Storytelling» в преподавании: вызовы современности и педагогическая практика // Психология образования в поликультурном пространстве. 2016. № 34 (2). С. 136–143.
7. Щербинина Ю.И. Обучение творческому письму в рамках филологии: к истории вопроса // Вестник Самарского университета. История, педагогика, филология. 2023. Т. 29. № 4. С. 173–182. <https://doi.org/10.18287/2542-0445-2023-29-4-173-182>
8. Нечаева О.И., Кучерская М.А. От составителей // Новое литературное обозрение. 2023. № 183 (5). С. 76–83. [https://doi.org/10.53953/08696365\\_2023\\_183\\_5\\_76](https://doi.org/10.53953/08696365_2023_183_5_76)
9. Чернявская Н.Э., Колтунова С.В. Преподавание творческого письма (creative writing) в университетах Великобритании и США // Вестник Казанского государственного университета культуры и искусств. 2020. № 1. С. 160–163.
10. Швец А.В. Творческое письмо и новые профили гуманитарного образования: XXI Фулбрайтская летняя школа (26–29 августа 2018) // Вестник Московского университета. Серия 9. Филология. 2018. № 6. С. 230–236.
11. Михальская А.К. Литературное мастерство: Creative Writing. М. : ИНФРА-М, 2020. 347 с.
12. Каверкина А.М. Теоретические источники обучения литературному мастерству в высшей школе // Отечественная и зарубежная педагогика. 2022. № 4 (86). С. 112–118. <https://doi.org/10.24412/2224-0772-2022-86-112-118>

13. Венидиктова Т.Д. «Чувство стиля» в перспективе прагматики (к освоению мастерства литературного чтения) // Творческое письмо в России: сюжеты, подходы, проблемы / сост. М.А. Кучерская, А.Д. Баженова-Сорокина, А.А. Чабан, Д.В. Харитонов. М. : Новое литературное обозрение, 2023. С. 180–200.
14. Колдина М.И., Костылева Е.А., Трутанова А.В. Эссе как способ контроля знаний и оценивания компетенций // Балтийский гуманитарный журнал. 2017. Т. 6. №3 (20). С. 178–180.
15. Кэмерон Дж. Право писать. Приглашение и приобщение к писательской жизни. М. : Livebook, 2020. 304 с.

## REFERENCES

1. Khutyuz IP. Storytelling in lecture discourse. *St. Petersburg State Polytechnical University Journal. Humanities and Social Sciences*. 2019;10(2):64–73. (In Russ.). <https://doi.org/10.18721/JHSS.10206>
2. Valeeva EV. Educational storytelling in literature and russian language Lessons. *Shkol'nye tekhnologii*. 2020;(4):94–98. (In Russ.).
3. Krasnova TI. Prospects of using the storytelling method in teaching social and humanitarian disciplines. *Vysshaya shkola: problemy i perspektivy: sbornik materialov XIV Mezhdunar. nauch.-metod. konf., Minsk, 29 noyabrya 2019 g.* Minsk: Akad. upravleniya pri Prezidente Resp. Belarus' publ.; 2019:223–224. (In Russ.).
4. Pyatkova OB. The method of storytelling in education. *Shkol'nye tekhnologii*. 2018;(6):41–45. (In Russ.).
5. Kharunzheva EV. Theoretical foundations of using storytelling in the educational process. *Pedagogicheskoe iskusstvo*. 2021;(2):28–32. (In Russ.).
6. Tikhonova EV. «Storytelling» in teaching: modern challenges and pedagogical practice. *Psychology of Education in a multicultural space*. 2016;34(2):136–143. (In Russ.).
7. Shcherbinina YI. Teaching creative writing within the framework of philology: historical overview. *Vestnik of Samara University. History, pedagogics, philology*. 2023;29(4):173–182. (In Russ.). <https://doi.org/10.18287/2542-0445-2023-29-4-173-182>
8. Nechaeva OI, Kucherskaya MA. From the compilers. *Novoe literaturnoe obozrenie*. 2023;(183):76–83. (In Russ.). [https://doi.org/10.53953/08696365\\_2023\\_183\\_5\\_76](https://doi.org/10.53953/08696365_2023_183_5_76)
9. Chernyavskaya NE, Koltunova SV. Teaching creative writing in universities in the UK and USA. *Vestnik Kazanskogo gosudarstvennogo universiteta kul'tury i iskusstv*. 2020;(1):160–163. (In Russ.).
10. Shvets AV. Creative writing and curricular innovation in the humanities. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 9. Filologiya*. 2018;(6):230–236. (In Russ.).
11. Mikhalskaya AK. Literary mastery: Creative writing. Moscow: INFRA-M publ.; 2020. 245 p. (In Russ.).
12. Kaverkina AM. Theoretical sources of teaching literary mastery in higher education. *Domestic and foreign pedagogy*. 2022;4(86):112–118. (In Russ.). <https://doi.org/10.24412/2224-0772-2022-86-112-118>
13. Venediktova TD. «The sense of style» from a pragmatics perspective (towards mastery of literary reading). Moscow: Novoe literaturnoe obozrenie publ.; 2023:180–200. (In Russ.).
14. Koldina MI, Kostyleva EA, Trutanova AV. The essay as a method of knowledge assessment and competency evaluation. *Baltiyskiy gumanitarnyy zhurnal*. 2017;6(3):178–180. (In Russ.).
15. Cameron Dzh. The right to write. An invitation and initiation into the writing life. Moscow: Livebook.; 2020. 304 p. (In Russ.).

### Информация об авторах:

Колесниченко Алексей Алексеевич — магистр филологии, ведущий специалист Института развития профильного обучения, Московский городской педагогический университет, 129226, Россия, Москва, ул. Воронцовская, д. 6, корп. 1 (ORCID ID: 0009-0000-3890-7239) (e-mail: kolesnichenkoa@mgpu.ru).

*Щедрина Елизавета Вадимовна* — аспирант кафедры русской и зарубежной литературы, Государственный университет просвещения, 105005, Россия, Москва, ул. Радио, 10А; специалист Института развития профильного обучения, Московский городской педагогический университет, 129226, Россия, Москва, ул. Воронцовская, д. 6, корп. 1 (ORCID ID: 0009-0001-6220-3394) (e-mail: shedrinaev@mgpu.ru).

*Канцев Александр Борисович* — кандидат юридических наук, заместитель генерального директора ООО «ИНМОРТЕРМИНАЛ», 353909, Россия, Новороссийск, 2-я Кирилловская Жд Петля (ORCID ID: 0009-0003-3412-5231) (e-mail: kanzev@mail.ru).

#### **Information about the authors:**

*Alexey A. Kolesnichenko* — Master of Philology, Leading Specialist of the Institute of Specialized Training Development Liberal Arts in Prevocational Education, Moscow City University, 6A Vorontsovskaya st., bldg. 1, Moscow, Russian Federation, 109044 (ORCID ID: 0009-0000-3890-7239) (e-mail: kolesnichenkoa@mgpu.ru).

*Elizaveta V. Shedrina* — PhD Student of the Department of Russian and Foreign Literature at the State University of Education, 10A Radio st., Moscow, Russian Federation, 105005; Specialist of Institute of Specialized Training Development Liberal Arts in Prevocational Education, Moscow City University, 6A Vorontsovskaya st., bldg. 1, Moscow, Russian Federation, 109044 (ORCID ID: 0009-0001-6220-3394) (e-mail: shedrinaev@mgpu.ru).

*Alexander B. Kancev* — PhD in Jurisprudence, Deputy General Director of LLC “NMORTERMINAL”, 2nd Kirillovskaya Zheleznodorozhnaya petlya, Novorossiysk, Russian Federation, 353909 (ORCID ID: 0009-0003-3412-5231) (e-mail: kanzev@mail.ru).



DOI: 10.22363/2312-8313-2024-11-3-344-352

EDN: BVNYLB

Научная статья / Research article

## Синергетический эффект SMM-менеджмента при формировании медиаобразовательной среды: стратегии и тенденции

А.Ю. Овечкина<sup>1</sup>  , М.Д. Лагуткина<sup>2</sup> , В.Р. Заец<sup>2</sup> 

<sup>1</sup>Московский городской педагогический университет, Москва, Россия

<sup>2</sup>Российский университет дружбы народов, Москва, Россия

 [ovchkinaay@mgpu.ru](mailto:ovchkinaay@mgpu.ru)

**Аннотация.** Исследовано влияние SMM-менеджмента на формирование медиаобразовательной среды в образовательных организациях на примере проекта «Медиакласс в московской школе». Проанализированы стратегии SMM, включая использование различных форматов контента, коллаборации, прямые эфиры и ситуативный маркетинг. Выявлен синергетический эффект, заключающийся в повышении вовлеченности целевой аудитории и улучшении достигаемых результатов за счет интеграции образовательных и маркетинговых задач. Исследование показало, что успешное применение SMM-стратегий способствует созданию интерактивной, мотивирующей образовательной среды, что, в свою очередь, ведет к повышению цифровой грамотности учащихся и развитию их медиакомпетенций. Выявлены ключевые факторы успеха SMM в сфере образования, что может помочь эффективно использовать социальные медиа для улучшения учебного процесса.

**Ключевые слова:** синергия, медиаклассы, медиаобразование, медиакласс в московской школе, интерактивная среда, адаптация трендов, коллаборативное обучение

**Вклад авторов.** Все авторы участвовали в разработке концепции обзора, написании текста рукописи, формулировке выводов.

**Заявление о конфликте интересов:** Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

### История статьи:

Поступила в редакцию 01.04.2024. Принята к публикации 30.06.2024.

### Для цитирования:

Овечкина А.Ю., Лагуткина М.Д., Заец В.Р. Синергетический эффект SMM-менеджмента при формировании медиаобразовательной среды: стратегии и тенденции // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Государственное и муниципальное управление. 2024. Т. 11. № 3. С. 344–352. <https://doi.org/10.22363/2312-8313-2024-11-3-344-352>

© Овечкина А.Ю., Лагуткина М.Д., Заец В.Р., 2024



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License  
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/legalcode>

# Synergetic effect of SMM management in the context of media education environment formation: Strategies and trends

Alexandra Yu. Ovechkina<sup>1</sup>  , Margarita D. Lagutkina<sup>1</sup> ,  
Victoria R. Zayec<sup>2</sup> 

<sup>1</sup>Moscow City University, Moscow, Russian Federation

<sup>2</sup>RUDN University, Moscow, Russian Federation

 ovechkinaay@mgpu.ru

**Abstract.** This research explores the impact of SMM management on the formation of a media education environment in educational organizations, using the “Media class in Moscow school” project as an example. The analysis covers SMM strategies, including the use of various content formats, collaborations, live broadcasts, and situational marketing. A synergistic effect was identified, resulting in increased audience engagement and improved educational outcomes by integrating educational and marketing goals. The research results demonstrate that the successful application of SMM strategies fosters the creation of an interactive, motivating educational environment, which in turn enhances students’ digital literacy and media competencies. The significance of this study lies in identifying the key success factors for SMM in education, which can assist educational institutions in effectively utilizing social media to improve the learning process.

**Keywords:** synergy, media classes, media education, Media class in Moscow school, interactive environment, trend adaptation, collaborative learning

**Contribution:** All the authors participated in the development of the concept of this review, drafted the manuscript, and formulated the conclusions.

**Conflicts of interest:** The authors declare no conflicts of interest.

## Article history:

The article was submitted on 01.04.2024. The article was accepted on 30.06.2024.

## For citation:

Ovechkina AYu, Lagutkina MD, Zayec VR. Synergetic effect of SMM management in the context of media education environment formation: Strategies and trends. *RUDN Journal of Public Administration*. 2024;11(3):344–352. <https://doi.org/10.22363/2312-8313-2024-11-3-344-352>

## Введение

В современном мире, где цифровые технологии проникают во все сферы жизни, включая образование, важно изучать и понимать влияние социальных медиа на формирование образовательной среды. Тема синергетического эффекта SMM-менеджмента в контексте медиаобразовательной среды становится все более актуальной и значимой, поскольку практически у каждой образовательной организации есть свой информационный сайт или публичная страница в социальных сетях.

**Цель исследования** — изучение взаимосвязи между SMM-маркетингом и медиаобразовательной средой, а также рассмотреть стратегии и тенденции их взаимодействия на примере сообщества «Медиакласс в московской школе».

Задачи исследования:

- рассмотрение теоретических основ SMM-менеджмента и медиаобразования;
- выявление стратегии SMM-менеджмента в медиаобразовательной среде на примере сообщества «Медиакласс в московской школе»;
- анализ тенденций и перспектив развития SMM-менеджмента в медиаобразовании.

### **Применение SMM в образовательном процессе**

Для глубокого понимания темы необходимо рассмотреть теоретические основы таких понятий, как SMM-менеджмент, медиаобразование и синергия.

Social media marketing (SMM) применительно к сфере образования — это инструмент интернет-маркетинга, направленный на продвижение образовательных услуг бренда образовательного учреждения в социальных сетях. Он также является способом взаимодействия с целевой аудиторией [1].

Рассмотрим задачи SMM-менеджмента в сфере образования:

- определение целевой аудитории. Каждая образовательная программа, сообщество, пост нацелены на определенную группу людей (школьники, учителя, родители);
- создание качественного контента. Регулярная публикация полезной и интересной информации для целевой аудитории;
- активное взаимодействие с аудиторией. Ответы на комментарии и вопросы, реакции для создания положительной репутации учреждения;
- использование визуального контента. Фотографии и видео создают привлекательный образ учреждения и стимулируют пользователей к дальнейшей заинтересованности;
- создание интерактивного визуального контента. Опросы, викторины, марафоны, флешмобы и т.д. стимулируют целевую аудиторию к активному участию в сообществе;
- соответствие трендам и подбор актуальной информации. Популярные звуки, картинки, форматы контента привлекают больше внимания к образовательной организации, а вовремя выложенная информация — признак качественного контента;
- аналитика и мониторинг данных. Анализ данных помогает выявлять наиболее популярные виды контента, что позволяет сохранять интерес целевой аудитории к сообществу [2].

Одно из ключевых преимуществ использования социальных медиа в образовании — возможность создания интерактивной и привлекательной обучающей среды. Молодое поколение активно использует социальные сети в повседневной жизни, поэтому интеграция этих платформ в учебный процесс позволяет создать более комфортную и знакомую среду для обучения. Это способствует повышению мотивации студентов и улучшению усвоения учебного материала.

Кроме того, использование социальных медиа позволяет учителям и преподавателям лучше взаимодействовать со студентами за пределами аудитории. Они могут создавать образовательные сообщества, обсуждать учебные вопросы, делиться материалами и заданиями, что способствует более глубокому пониманию учебного материала и развитию общения между участниками образовательного процесса [3].

Важным аспектом является также возможность персонализации образовательного процесса при использовании социальных медиа. Благодаря аналитике и инструментам SMM-менеджмента можно адаптировать контент под конкретные потребности учащихся, учитывать их интересы и особенности обучения, что способствует более эффективному усвоению материала [4].

Таким образом, интеграция социальных медиа в образовательный процесс открывает широкие возможности для создания современной и интерактивной медиаобразовательной среды. Этот подход способствует повышению эффективности обучения, активизации образовательного процесса и формированию новых навыков учащихся, в т.ч. развитию цифровой грамотности.

### **Медиаобразование и его теоретические основы**

Следующее важное для нашего исследования понятие — медиаобразование. Большая российская энциклопедия определяет это понятие как процесс развития личности с помощью и на материале средств массовой коммуникации (медиа), который направлен на формирование культуры общения с медиа, творческих, коммуникативных способностей, критического мышления, умений полноценного восприятия, интерпретации, анализа и оценки медиатекстов, а также обучения различным формам самовыражения при помощи медиатехники.

Существует несколько основных теорий медиаобразования:

- «Инъекционная» (защитная) теория. Ориентирована на поиск положительного эффекта медиа. Главная цель — помощь подрастающему поколению в извлечении из медиа максимально полезной и соответствующей их интересам информации.
- Практическая теория. Базируется на теории «потребления и удовлетворения» в области медиа. Сторонники этого направления полагают, что образование в сфере медиа должно исходить из удовлетворения потребностей аудитории в создании собственных медиатекстов.
- Теория развития критического мышления аудитории. Главная цель — научить аудиторию анализировать и выявлять манипулятивные воздействия медиа, ориентироваться в информационном потоке современного общества.
- Семиотическая теория. Основное содержание медиаобразования в этой теории опирается на коды и «грамматику» медиатекста, т.е. на язык медиа.
- Культурологическая теория. Приверженцы этой теории полагают, что медиа в первую очередь предлагает, а не навязывает интерпретацию медиатекстов.

- Этическая теория. Медиа в этой теории рассматривается как универсальный канал передачи нравственных эталонов, моральных принципов и ценностей [2].

Медиаобразование становится неотъемлемой частью современного педагогического образования. Программы, ориентированные на подготовку специалистов в области медиа и коммуникаций, акцентируют внимание на важности развития медиаграмотности среди будущих педагогов. Это позволяет им успешно интегрировать современные технологии в учебный процесс и эффективно взаимодействовать с учащимися.

Таким образом, тенденции развития образовательных технологий в медиаобразовании направлены на создание инновационных подходов к обучению, которые учитывают современные потребности обучающихся и требования цифровой эпохи. Интеграция медиа в образовательную среду открывает новые возможности для развития образования и формирования цифровой грамотности учащегося.

### **Синергический эффект и стратегии SMM-менеджмента**

Финальным термином для нашего исследования является синергический эффект, который определяют как эффект от взаимодействия двух или нескольких факторов, у которых координированные действия в совокупности значительно превышают сумму каждого действия по отдельности [5].

Для достижения синергического эффекта необходимо:

- определить цели и задачи;
- исследовать аудиторию;
- создать уникальный контент.

Рассмотрим стратегии SMM-менеджмента, которые применяются в обществе «Медиакласс в московской школе».

Медиаклассы представляют собой специализированные образовательные группы или классы в общеобразовательных школах или колледжах, где учебный процесс организован с фокусом на изучение медиа. Это включает в себя как теоретическое изучение медиакоммуникаций, медиакультуры, медиаэтики, так и практическое освоение средств массовой информации, работы с аудио- и видеооборудованием, программным обеспечением для обработки медиаконтента и развития медиапроектов. Медиакласс — инновационная форма обучения, предполагающая активное использование цифровых технологий и мультимедийных ресурсов.

Первым важным стратегическим шагом является выбор платформы для размещения контента. Для набора целевой аудитории очень важна удобность и доступность информационного сайта, поскольку в ином случае будет низкая посещаемость [6], поэтому необходимо изучать статистику популярности социальных сетей в России.

По данным Mediascope по итогам 2023 г. «ВКонтакте», вторая по популярности социальная сеть в России после Telegram, ежемесячно охватывает

85 % российской интернет-аудитории, а ежедневно — каждого второго пользователя (52 %) [7].

В перспективе необходимо развивать мультиплатформенность и создавать адаптивный контент для информационных сайтов на разных платформах для повышения охвата аудитории.

Следующий важный шаг — анализ целевой аудитории (далее — ЦА) для создания интересного и актуального контента.

В сообществе «Медикласс в московской школе» можно выделить 3 группы подписчиков: медиаклассники (16–18 лет), медиакураторы/учителя, а также родители. Поскольку основная задача сообщества — это стать медиаобразовательным пространством, где не только публикуется образовательный и информационный контент, но и имеется возможность медиаклассникам применять полученные знания на практике, то главная ЦА — подростки 16–18 лет, что является важным аспектом, который необходимо учитывать при разработке контент-плана.

В проекте «Медиакласс в московской школе» в 2023/2024 учебном году участвует 185 школ. Практически у каждой из них есть свои сообщества в соцсетях, которые они активно ведут. Также, в свою очередь, «Медиакласс в московской школе» является частью проекта «Предпрофессионального образования в Москве», у которого также есть своя страница, где публикуется контент по всем предпрофессиональным классам.

Для успешного взаимодействия разработали стратегию кроссрепостинга и выстроили иерархию публикаций новостей: самые интересные новости медиаклассов школы публикуются в сообществе «Медиакласс в московской школе», а, соответственно, масштабные новости — в сообществе «Предпрофессиональное образование в Москве». Данная стратегия позволяет выстроить единое информационное пространство вокруг этих элементов, что позволяет увеличить аудиторию и охват постов. Также стратегия важна для формирования медиаобразовательной среды в социальных сетях.

Важным элементом организации медиапространства в сообществе является разработка уникальной системы хештегов.

Хештеги — это инструмент организации и обозначения постов в социальных сетях, который делает их видимыми для пользователей, интересующихся определённой темой. Иначе говоря, это ключевые слова, которыми помечаются определенные виды контента с целью:

- повышения видимости, поскольку хештеги помогают публикации попасть в поисковую выдачу;
- организации контента;
- проведения мероприятий, так как они помогают собрать все публикации, связанные с событием, в едином потоке, что упрощает мониторинг;
- брендинга, так как помогает сформировать брендированный контент и повысить его узнаваемость.

Создание контент-плана с рубриками, ориентированными на потребности ЦА, также является эффективной стратегией. Поскольку ЦА сообщества

«Медиакласс в московской школе» — это школьники, которые углубленно изучают мир медиа, то были разработаны тематические рубрики, как образовательные («Историческая страничка», «5 советов»), так и развлекательные. Также организовываются интерактивы (флешмобы, конкурсы, сбор отзывов о мероприятиях, публикация новостей из предложенных новостей и т.д.) для взаимодействия с аудиторией и предоставления площадки для креатива и практической отработки полученных навыков в ходе обучения в проекте.

Для формирования положительного облика организации в социальной сети и успешного синергетического эффекта необходимо использовать различные форматы контента, а также анализировать наиболее успешные из них. Так, например, необходимо разрабатывать дизайн, создавать аудио и видео контент, учитывая, что просто текстовая информация не будет восприниматься аудиторией и создаст отрицательный эффект в формировании медиаобразовательного пространства.

Проведение мероприятий в онлайн-формате посредством трансляций вебинаров, лекций и других мероприятий в коллаборации с известным экспертом в сфере медиа также положительно сказывается на формировании положительного синергетического эффекта медиаобразовательной среды (сообщество становится образовательной платформой, где помимо анонсов мероприятия и отчетов о нем, участники могут пересмотреть запись трансляции), а также повышает значимость публикуемого контента.

Важно также знать актуальные тренды и адаптировать их исходя из потребности организации. Смешные картинки, короткие видеоролики в формате VK Клипы, истории — все эти актуальные формы подачи контента помогают формировать позитивный облик организации в глазах ЦА, а также вовлекать ее в информационное пространство сообщества. Важно помнить, что бездумное следование трендам может навредить компании. Чтобы осмысленно интегрировать тренды в SMM, нужно учитывать актуальные задачи бренда, особенности продукта и контекст.

Следует подвести итоги, выделив ключевые стратегии SMM-менеджмента в формировании медиаобразовательной среды:

- 1) ориентация на потребности целевой аудитории — способствует развитию долгосрочных партнерских отношений и созданию ценности для всех участвующих сторон;
- 2) использование различных форматов контента — обеспечивает разнообразие и удовлетворяет потребности аудитории;
- 3) коллаборации — помогают повысить значимость публикуемой информации;
- 4) прямые эфиры — эффективный способ взаимодействовать с аудиторией, приблизить бренд к целевой группе и повысить лояльность;
- 5) ситуативный маркетинг состоит в оперативной обработке инфоповодов, потенциально интересных целевой аудитории, и привязке их к контентной политике бренда в социальных сетях.

Мы также выделили следующие тенденции SMM-маркетинга в формировании медиаобразовательной среды:

- развитие визуального контента. Создание качественного и оригинального визуального контента будет ключевым фактором успеха в SMM-продвижении;
- адаптация актуальных трендов и форматов;
- использования новых технологий: чат-боты, нейросети и т.д.

### Заключение

Синергетический эффект использования SMM-менеджмента в формировании медиаобразовательной среды заключается в том, что сочетание стратегий продвижения в социальных медиа с образовательными целями способствует созданию привлекательной и информативной среды для обучения и взаимодействия. Результативность такого подхода зависит от грамотного анализа показателей, коллективной работы специалистов и учета особенностей онлайн-взаимодействия.

Таким образом, использование SMM-менеджмента в образовании имеет потенциал улучшить качество образовательного процесса и сделать его более доступным и интересным для аудитории, что в итоге способствует формированию эффективной медиаобразовательной среды.

### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Белоусенко Д.В. Использование социальных сетей в продвижении образовательных услуг // Молодой ученый. 2018. Т. 45. № 231. С. 55–58.
2. Плотникова Я.Р. Специфика SMM в сфере дополнительного образования // Молодой ученый. 2023. Т. 41.1. № 488.1. С. 22–23.
3. Букаев А.А., Магзумова А.Т. Использование социальных сетей в образовательном процессе // Инновации в науке. 2015. № 42. С. 120–126.
4. Богданова Д.И. Интеграция социальных сетей в образовательный процесс // Инновационная экономика и менеджмент: методы и технологии : сб. статей участников VI Междунар. науч.-практ. конф. М. : МГУ, 2021. С. 29–35.
5. Касьяненко Т.Г. Системный взгляд на синергию: определение, типология и источники синергического эффекта // Российское предпринимательство. 2017. Т. 24. № 18. С. 4035–4050. <https://doi.org/10.18334/rp.18.24.38580>
6. Битков Л.А. Дивный новый мир социальных сетей, или как публичные страницы убивают гражданскую журналистику и рождают нишевые сообщества // Вестник Челябинск. гос. ун-та. 2013. Т. 20. № 311. С. 22–24.
7. Щербаков С. Партизанский маркетинг в социальных сетях. Инструмент по эксплуатации SMM-менеджера. 2-е изд. СПб. : Питер, 2017. 320 с.
8. Кошелева Н.И. Медиаобразовательная среда как важная составляющая современного ВУЗа // Молодой ученый. 2011. Т. 4. № 27. С. 91–93.
9. Текутьева И.А. Преимущества соцсети «ВКонтакте» для продвижения информационного сайта в России // Медиасреда. 2017. № 12. С. 270–275.
10. Федорова Е.А. Социальные сети как наиболее эффективный инструмент продвижения организации // Медицина. Социология. Философия. Прикладные исследования. 2018. № 1. С. 109–112.
11. Бубнова Ю.А. Основные теории медиаобразования // Crede Experto: транспорт, общество, образование, язык. 2017. Т. 1. № 12.

## REFERENCES

1. Belousenko DV. Using social networks in promoting educational services. *Molodoi uchenyi*. 2018;45(231):55–58. (In Russ.).
2. Plotnikova YR. Specifics of SMM in the field of additional education. *Molodoi uchenyi*. 2023;41.1(488.1):22–23. (In Russ.).
3. Bukaev AA. Using social networks in the educational process. *Innovatsii v nauke*. 2015;(42):120–126. (In Russ.).
4. Bogdanova DI. Integration of social networks into the educational process. *Innovatsionnaya ekonomika i menedzhment: metody i tekhnologii*. 2021:29–35. (In Russ.).
5. Kas'yanenko TG. A systematic view on synergy: definition, typology, and sources of synergistic effect. *Rossiyskoe predprinimatel'stvo*. 2017;24(18):4035–4050. (In Russ.). <https://doi.org/10.18334/rp.18.24.38580>
6. Bitkov LA. Brave new world of social networks, or how public pages kill civic journalism and give birth to niche communities. *Vestnik Chelyabinsk. gos. un-ta*. 2013;20(311):22–24. (In Russ.).
7. Shcherbakov S. Guerrilla marketing in social networks. a tool for exploiting an SMM manager. 2-e izd. SPb.: Piter; 2017. 320 p. (In Russ.).
8. Kosheleva NI. Media educational environment as an important component of a modern university. *Molodoi uchenyi*. 2011;4(27):91–93. (In Russ.).
9. Tekut'eva IA. Advantages of the social network “VKontakte” for promoting an information website in Russia. *Mediasreda*. 2017;(12):270–275. (In Russ.).
10. Fedorova EA. Social networks as the most effective tool for promoting an organization. *Medicine. Sociology. Philosophy. Applied research*. 2018:109–112. (In Russ.).
11. Bubnova YuA. Main theories of media education. *Crede Experto: transport, obshchestvo, obrazovanie, yazyk*. 2017;1(12). (In Russ.).

### Информация об авторах:

*Овечкина Александра Юрьевна* — специалист института развития профильного обучения, Московский городской педагогический университет, 129226, Россия, Москва, ул. Воронцовская, д. 6, корп. 1 (ORCID ID: 0009-0007-9891-4706) (e-mail: [ovechkinaay@mgpu.ru](mailto:ovechkinaay@mgpu.ru)).

*Лагуткина Маргарита Дмитриевна* — кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков филологического факультета, Российский университет дружбы народов, 117198, Россия, Москва, ул. Миклухо-Маклая, д. 6 (ORCID ID: 0000-0003-2830-6274) (e-mail: [lagutara@yandex.ru](mailto:lagutara@yandex.ru)).

*Заец Виктория Руслановна* — студент филологического факультета, Российский университет дружбы народов, 117198, Россия, Москва, ул. Миклухо-Маклая, д. 6 (ORCID ID: 0009-0000-1385-9517) (e-mail: [1132231797@rudn.ru](mailto:1132231797@rudn.ru)).

### Information about the authors:

*Alexandra Yu. Ovechkina* — Specialist of the Institute of Specialized Training Development, Liberal Arts in Prevocational Education, Moscow City University, 6A Vorontsovskaya st., bldg. 1, Moscow, Russian Federation, 109044 (ORCID ID: 0009-0007-9891-4706) (e-mail: [ovechkinaay@mgpu.ru](mailto:ovechkinaay@mgpu.ru)).

*Margarita D. Lagutkina* — Associate Professor of the Department of Foreign Languages, RUDN University, 6 Miklukho-Maklaya st., Moscow, Russian Federation, 117198 (ORCID ID: 0000-0003-2830-6274) (e-mail: [lagutara@yandex.ru](mailto:lagutara@yandex.ru)).

*Victoria R. Zayec* — Student of the Department of Foreign Languages, RUDN University, 6 Miklukho-Maklaya st., Moscow, Russian Federation, 117198 (ORCID ID: 0009-0000-1385-9517) (e-mail: [1132231797@rudn.ru](mailto:1132231797@rudn.ru)).



DOI: 10.22363/2312-8313-2024-11-3-353-364

EDN: BTUVKZ

Научная статья / Research article

## Медиа и компетенции: новый взгляд на подготовку специалистов в сфере массовых коммуникаций

С.С. Плаксина<sup>1</sup>  , А.М. Куприянова<sup>2</sup> , А.Ю. Ильина<sup>2</sup> 

<sup>1</sup>Московский городской педагогический университет, Москва, Россия

<sup>2</sup>Российский университет дружбы народов, Москва, Россия

 plaksinass@mgpu.ru

**Аннотация.** Выявлены основные проблемы, связанные с обучением специалистов в области медиаобразования с учетом быстро меняющегося медиаландшафта. Разработаны рекомендации по модернизации образовательных программ и курсов с целью приведения их в соответствие требованиям, предъявляемым к современным специалистам на рынке труда. Для этого исследованы текущие медиатренды, изучен набор компетенций, требуемых на рынке труда, проанализированы образовательные программы по подготовке специалистов в сфере массовых коммуникаций в ведущих учебных заведениях мира.

**Ключевые слова:** медиаэкология, модернизация образовательных программ, ключевые компетенции специалистов в сфере медиа, развитие медиа технологий, модернизация учебных программ, техническая компетентность

**Вклад авторов.** Все авторы участвовали в разработке концепции обзора, написании текста рукописи, формулировке выводов.

**Заявление о конфликте интересов:** Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

### История статьи:

Поступила в редакцию 20.03.2024. Принята к публикации 20.06.2024.

### Для цитирования:

Плаксина С.С., Куприянова А.М., Ильина А.Ю. Медиа и компетенции: новый взгляд на подготовку специалистов в сфере массовых коммуникаций // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Государственное и муниципальное управление. 2024. Т. 11. № 3. С. 353–364. <https://doi.org/10.22363/2312-8313-2024-11-3-353-364>



## Media and competencies: A new perspective on training specialists in mass communications

Sofia S. Plaksina<sup>1</sup>  , Anastasia M. Kuprianova<sup>2</sup> , Anna Yu. Ilina<sup>2</sup> 

<sup>1</sup>Moscow City University, Moscow, Russian Federation

<sup>2</sup>RUDN University, Moscow, Russian Federation

 plaksinass@mgpu.ru

**Abstract.** This study addresses the key challenges in training media education specialists in response to the rapidly evolving media landscape and the increasing role of digital technologies. It aims to provide recommendations for updating educational programs to meet the demands of the modern labor market. The research explores current media trends and identifies the core competencies required by employers, such as technical skills, critical thinking, and content creation. By analyzing educational programs from leading institutions worldwide, the study offers insights into curriculum design, teaching methods, and the integration of practical experience, ultimately aiming to improve media education for future professionals.

**Keywords:** media ecology, modernization of educational programs, key competencies of media specialists, development of media technologies, curriculum modernization, technical proficiency

**Contribution:** All the authors participated in the development of the concept of this review, drafted the manuscript, and formulated the conclusions.

**Conflicts of interest:** The authors declare no conflicts of interest.

### Article history:

The article was submitted on 20.03.2024. The article was accepted on 20.06.2024.

### For citation:

Plaksina SS, Kuprianova AM, Ilina AYu. Media and competencies: A new perspective on training specialists in mass communications. *RUDN Journal of Public Administration*. 2024;11(3):353–364. <https://doi.org/10.22363/2312-8313-2024-11-3-353-364>

## Введение

В современном мире медиаиндустрия переживает значительные трансформации, обусловленные внедрением технологических инноваций и изменениями в потребительских предпочтениях. Возросшая роль цифровых платформ, социальных сетей и мультимедийных технологий требует от специалистов в сфере массовых коммуникаций умения не только работать с новыми инструментами, но и адаптироваться к быстро меняющемуся медиаландшапу. Журналисты и медиаменеджеры теперь, кроме базовых навыков, таких как написание текстов и работа с информацией, должны обладать еще и компетенциями в области цифровой аналитики, управления контентом на различных платформах и владения инструментами цифровой визуализации.

Растущая потребность в медиаграмотности также стимулирует изменения в подходах к обучению специалистов в сфере медиа. Современные

образовательные программы все чаще включают курсы по кибербезопасности, управлению персональными данными и этике в цифровой среде. Осознание социальной ответственности медиа становится важным аспектом профессиональной подготовки, поскольку медиасфера оказывает существенное влияние на общественное мнение и культурные процессы.

Таким образом, актуальность темы профессиональной подготовки специалистов в сфере массовых коммуникаций в условиях нового медиапейзажа, обеспечивающей эффективное и ответственное использование медиатехнологий в интересах общества, обусловлена необходимостью ответа на вызовы современности. Это делает важным вопрос переосмысления и модернизации образовательных программ, что становится предметом данного исследования.

**Цель исследования** заключается в анализе современных требований к профессиональной подготовке специалистов в сфере массовых коммуникаций на фоне быстро меняющегося медиаландшафта и в разработке рекомендаций по модернизации образовательных программ.

Исследовательские задачи:

- Исследовать текущее состояние медиаиндустрии и определить ключевые технологические и социокультурные тренды, влияющие на медиасферу. Это включает анализ воздействия цифровизации, изменений в потреблении контента и роли социальных сетей.
- Определить набор компетенций, необходимых современным медиаспециалистам для успешной профессиональной деятельности в изменяющемся медиапейзаже. Задача включает анализ компетенций, требуемых на рынке труда, и сопоставление их с текущими образовательными программами.
- Проанализировать и оценить существующие образовательные программы по подготовке специалистов в сфере массовых коммуникаций в ведущих учебных заведениях мира. Эта задача направлена на выявление пробелов и ограничений в текущих учебных курсах.
- Разработать предложения по модернизации учебных планов на основании выявленных требований и дефицитов в компетенциях. Задача включает создание модели образовательной программы, которая будет отвечать современным требованиям рынка.

Реализация этих задач позволит не только глубже понять динамику изменений в медиасфере, но и предложить конкретные пути оптимизации образовательных программ для подготовки специалистов, способных эффективно функционировать в новых условиях.

### **Анализ ключевых компетенций специалистов в сфере массовых коммуникаций**

Исследования, посвященные изменениям в медиасреде и компетенциям специалистов, подчеркивают необходимость адаптации образовательных программ к новым реалиям. В связи с ростом влияния цифровых

технологий и мультимедиа акцентируется внимание на умениях работы в цифровом пространстве и управлении медиаконтентом. Кроме того, как отмечает И. Толмачева, обсуждается вопрос формирования медиакомпетенций у будущих специалистов в процессе профессионального обучения. Роль социологической науки в подготовке специалистов в области медиаобразования также выходит на передний план — с учетом изменений в потреблении медиа и влияния медиа на общественные процессы. Исследования подчеркивают важность непрерывного обучения и адаптации к изменениям, что требует от образовательных учреждений пересмотра и обновления учебных программ и методик для того, чтобы соответствовать актуальным требованиям рынка труда и технологического прогресса.

Ключевые компетенции для специалистов в сфере массовых коммуникаций можно разделить на несколько основных категорий, отражающих широкий спектр необходимых навыков и знаний в современной медиасфере:

- **технические компетенции:**
  - владение цифровыми инструментами — умение работать с различными медиаплатформами, видео- и аудиоредакторами, программами для обработки изображений и создания контента;
  - знание основ программирования и веб-разработки — HTML, CSS и базовых скриптов, что важно для управления контентом и работы с техническими аспектами медиапроектов;
- **коммуникативные компетенции:**
  - владение приемами развития навыков письма и редактирования [1] — способность создавать креативные и грамотные тексты, соответствующие заданным стандартам и целевой аудитории;
  - умение проводить презентации и публичные выступления — это важно для эффективного представления идей и проектов широкой аудитории;
- **аналитические компетенции:**
  - медиаанализ — способность анализировать медиатексты, понимать контекст и извлекать ключевую информацию;
  - критическое мышление — оценка источников информации на предмет достоверности и предвзятости, анализ сложных данных и тенденций в медиа;
- **этические и юридические компетенции:**
  - знание медиа законодательства — понимание правил и норм, регулирующих медиaprостранство, в т.ч. авторских прав и прав на конфиденциальность;
  - понимание и соблюдение этики в медиа — принципов ответственной журналистики, уважения к личности и общественным ценностям;
- **социальные и культурные компетенции:**

- межкультурная коммуникация — умение эффективно взаимодействовать с представителями различных культур, понимание глобальных медиатрендов;
- адаптивность и гибкость — способность быстро адаптироваться к изменениям в медиасреде и новым коммуникационным практикам.

### **Обзор образовательных программ различных учебных заведений мира**

Для более глубокого анализа образовательных программ мы изучили различные источники, такие как научные работы, отраслевые отчеты, интервью с экспертами, а также проанализировали некоторые учебные программы [2–13]. Научная литература включает такие исследования, как работа Марка Девера и его коллег, опубликованная в журнале *Media Education Research Journal*, которая оценивает взаимосвязь между развитием цифровых технологий и требованиями, предъявляемыми к современным медиаспециалистам. Мы проанализировали программы, которые интегрируют обучение цифровым навыкам и работе с социальными медиа, т.е. фундаментальные элементы медиаобразования. Отраслевые отчеты, такие как ежегодный обзор *State of the Media* от Nielsen, предоставляют данные о тенденциях в потреблении медиа и изменениях в рекламном ландшафте, что влияет на требования к навыкам медиаспециалистов.

Если говорить об отечественной практике подготовки медиаспециалистов — российские университеты и другие образовательные учреждения также стараются адаптироваться к изменениям на рынке медиа и цифровых технологий. Например, Высшая школа экономики (ВШЭ) предлагает обширные программы в области медиакоммуникаций, которые охватывают как теоретические аспекты медиаисследований, так и практические навыки работы с цифровыми медиа. Курсы по цифровой журналистике и медиаменеджменту в ВШЭ включают изучение современных инструментов для создания и распространения контента, а также модули по работе с данными и визуализации информации.

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова (МГУ) разработал программы обучения, включающие курсы по медиаэтике, правовым основам медиадетальности и технологиям мультимедиа. Важной частью учебного процесса является выполнение реальных проектов в сотрудничестве с ведущими медиакомпаниями, что позволяет студентам приобрести необходимый практический опыт.

Кроме того, Санкт-Петербургский государственный университет (СПбГУ) предлагает инновационные программы, в которых особое внимание уделяется международным медиакоммуникациям и цифровому медиаискусству. Программы СПбГУ направлены на развитие креативных и аналитических навыков, а также на изучение глобальных медиатрендов и их влияния на локальные медиапрактики.

Данные примеры отражают стремление российских университетов инициировать обновление учебных программ с акцентом на сочетание теоретических знаний и практических навыков, что является ключом к формированию высококвалифицированных специалистов, способных эффективно функционировать в современном медиапространстве.

### **Тренды и нововведения в обучении медиаспециалистов**

Изменения в образовательных стандартах, вызванные необходимостью адаптации к новым условиям медиасреды, требуют интеграции передовых технологий и методик в процесс обучения. Учебные заведения внедряют инновационные программы, направленные на развитие цифровой грамотности и медиакомпетенций, что является откликом на запросы современного медиарынка.

Тренды и нововведения в обучении медиаспециалистов отражают изменения в медиаиндустрии и технологическом прогрессе, акцентируя внимание на необходимости развития новых компетенций и подходов.

Основные направления включают следующие аспекты:

- интеграция искусственного интеллекта и автоматизации: образовательные программы начинают активно включать курсы по работе с искусственным интеллектом, машинному обучению и автоматизации процессов, что позволяет будущим специалистам лучше понимать и применять эти технологии в медиапроизводстве и контент-менеджменте;
- углубленное изучение данных и аналитики: специалисты по медиа обучаются работе с большими данными, аналитике и интерпретации данных для создания научно обоснованных медиастратегий и контента, что способствует принятию обоснованных решений;
- развитие мультимедийных и трансмедийных навыков: программы обучения уделяют большое внимание развитию навыков работы с мультимедиа, включая видео, аудио и графический контент, что необходимо для создания захватывающего и вовлекающего контента в разных медиаформатах;
- фокус на цифровую этику и правовые аспекты: в контексте роста важности цифровой этики и соблюдения законодательства образовательные программы включают курсы, направленные на изучение юридических рамок и этических норм в цифровой среде;
- практическая направленность и работа над реальными проектами: обучение становится более практико-ориентированным, с акцентом на реальные кейсы и проекты, что позволяет студентам приобретать опыт, необходимый для работы в индустрии;
- глобальный и межкультурный подход: образовательные учреждения стремятся подготовить специалистов, способных работать в между-

народном и мультикультурном контексте, что предполагает изучение глобальных медиатрендов и культурных особенностей различных регионов.

Эти тренды и нововведения в образовании способствуют формированию глубоких и многоаспектных знаний и навыков, которые являются необходимыми для современного медиаспециалиста, способного адаптироваться к быстро меняющемуся медиаландшафту.

### **Успешная профессиональная подготовка медиаспециалистов в различных вузах мира**

В разных странах существуют примеры успешной подготовки медиаспециалистов, которые можно рассматривать как образцы для модернизации образовательных программ. Например, в Соединенных Штатах университеты, такие как Университет Миссури, активно внедряют практические курсы, где студенты работают непосредственно с реальными медиапроектами под руководством опытных профессионалов. Это позволяет студентам не только освоить необходимые навыки, но и получить ценный опыт работы в медиаиндустрии. В Европе, например, в Берлинском университете искусств, разработана программа по обучению студентов трансмедийной журналистике, подразумевающей создание медиаконтента, который распространяется через несколько платформ. Эта программа особенно акцентирует внимание на мультимедийных и цифровых технологиях, что делает выпускников востребованными на рынке. В Азии Китайский университет Гонконга предлагает студентам курсы, ориентированные на обучение ключевым компетенциям для современных медиаспециалистов — работе с новыми медиа, социальными сетями и мобильными технологиями. Эти программы включают в себя как теоретические, так и практические аспекты, что обеспечивает всестороннюю подготовку специалистов. Такие подходы и методики можно применять для обновления учебных программ по всему миру, делая обучение медиаспециалистов более актуальным и соответствующим требованиям современной медиаиндустрии.

Анализ соответствия существующих образовательных программ требованиям рынка показывает, что многие учебные заведения сталкиваются с вызовами при адаптации к быстро меняющимся условиям медиаиндустрии. С одной стороны, некоторые университеты и колледжи успешно интегрируют новейшие технологии и методики в свои программы, предлагая курсы по цифровой журналистике, мультимедийным платформам и социальным медиа, что делает их выпускников востребованными на рынке труда. С другой стороны, многие программы еще отстают в вопросах обучения аналитике данных, работе с искусственным интеллектом и автоматизированными медиатехнологиями, что ограничивает возможности выпускников в условиях цифровой экономики.

Пример успешной адаптации к рыночным требованиям можно наблюдать в программе магистратуры по цифровым медиа в Нью-Йоркском университете, где студенты учатся управлению цифровыми проектами и разработке контента с использованием передовых программных инструментов. Эта программа делает акцент на практической подготовке и связях с индустрией, что способствует успешной карьере выпускников.

Тем не менее общая проблема многих образовательных учреждений заключается в недостаточном понимании реальных потребностей рынка, особенно в регионах с менее развитым медиасектором. Исследования показывают, что выпускники часто не обладают необходимыми навыками для работы в специализированных областях, таких как аналитика больших данных или управление программами искусственного интеллекта в контексте медиа. Это указывает на необходимость пересмотра учебных планов и углубления партнерских отношений с представителями медиаиндустрии для обновления программ и курсов в соответствии с актуальными требованиями и технологическими тенденциями.

Таким образом, для обеспечения соответствия образовательных программ требованиям рынка учебные заведения должны постоянно анализировать текущие тренды в медиаиндустрии и адаптировать свои программы, включая в них современные технологии и методики, что позволит выпускникам успешно конкурировать на рынке труда.

### **Основные проблемы в подготовке медиаспециалистов и пути их решения**

Для выявления основных проблем в подготовке медиаспециалистов и формирования предложений по их решению требуется комплексный анализ существующих образовательных программ и их соответствия требованиям современной медиаиндустрии.

На основе проведенных исследований можно выделить несколько ключевых проблем и предложить возможные пути их решения:

- недостаточная практическая подготовка. Многие учебные программы слишком сосредоточены на теоретических аспектах, что не позволяет студентам полноценно развивать практические навыки, необходимые для работы в медиа. Для решения этой проблемы необходимо увеличить количество практических курсов, включающих мастер-классы, стажировки и проектную работу в реальных условиях. Сотрудничество с медиакомпаниями и организация рабочих мест для студентов могли бы значительно улучшить ситуацию;
- отставание курсов от современных технологий. Образовательные программы часто не успевают за быстрым развитием технологий, что делает обучение устаревшим к моменту выпуска студентов. Важно регулярно обновлять учебные планы, включая новейшие инструменты и методы работы с медиа, такие как искусственный интеллект, машинное обучение

ние и аналитика данных. Создание модульных и гибких программ, способных адаптироваться к изменениям в индустрии, также поможет поддерживать актуальность знаний;

- нехватка квалифицированных преподавателей. Преподавательский состав зачастую не имеет достаточного опыта работы в современной медиаиндустрии. Привлечение практикующих медиаспециалистов и экспертов в качестве преподавателей или консультантов могло бы значительно повысить качество обучения. Регулярное профессиональное обучение и повышение квалификации преподавателей также являются ключевыми аспектами в решении этой проблемы;
- ограниченное финансирование. Многие образовательные программы страдают от недостатка финансирования, что ограничивает возможности для обновления технологической базы и проведения качественных практических занятий. Необходимо искать дополнительные источники финансирования, включая государственные гранты, частные инвестиции и партнерства с медиакомпаниями;
- отсутствие глобальной и межкультурной перспективы. В условиях глобализации важно включать в учебные программы курсы, формирующие понимание международных медиатрендов и культурных особенностей различных регионов. Это обеспечит студентам лучшее понимание глобального медиаконтекста.

Решение этих проблем потребует комплексного подхода, включающего пересмотр учебных планов, укрепление связей с индустрией, инвестиции в образовательные ресурсы и развитие международного сотрудничества.

В ответ на выявленные проблемы в подготовке медиаспециалистов предлагаются следующие конкретные меры для улучшения образовательных программ:

- интеграция реальных медиапроектов: разработка учебных курсов, которые включают в себя выполнение реальных заданий от медиакомпаний, позволит студентам приобрести практический опыт и лучше подготовиться к будущей профессиональной деятельности;
- обновление технической базы курсов: регулярное обновление учебных программ с включением последних технологий, таких как искусственный интеллект, машинное обучение и аналитика данных, обеспечит студентам получение знаний, актуальных для современного рынка труда;
- привлечение практикующих специалистов: приглашение медиаэкспертов, действующих журналистов и редакторов для преподавания отдельных курсов или проведения мастер-классов обогатит образовательный процесс реальным опытом и практическими знаниями;
- международное сотрудничество: организация обменных программ с ведущими мировыми учебными заведениями в области медиа и комму-

никаций даст студентам возможность изучать глобальные медиатренды и расширять профессиональный кругозор;

- фокус на «мягкие навыки» и этику: включение в программы курсов по медиаэтике, критическому мышлению и межкультурной коммуникации — эти аспекты крайне важны для формирования ответственного отношения к медиадеятельности в глобализированном мире;
- поддержка исследований и инноваций: создание и финансирование научно-исследовательских лабораторий и инкубаторов в области медиа, которые позволят студентам и преподавателям разрабатывать новые медиапродукты и технологии;
- обеспечение непрерывного образования: разработка программ профессионального развития для преподавателей и выпускников, включая краткосрочные курсы и онлайн-семинары по актуальным темам медиаиндустрии.

Эти предложения направлены на создание гибкой и адаптивной образовательной среды, которая способна быстро реагировать на изменения в медиасфере и подготавливать специалистов, востребованных на современном медиарынке.

### Заключение

Наше исследование подчеркивает значимость пересмотра и модернизации образовательных программ для медиаспециалистов в свете быстрых изменений в медиаиндустрии и технологическом развитии. Анализ существующих программ показал, что многие из них не полностью соответствуют текущим требованиям рынка, особенно в контексте новых медиатехнологий и изменяющихся потребностей аудитории. Проблемы, такие как недостаточная практическая подготовка, отставание учебных курсов от современных технологий, нехватка квалифицированных преподавателей, ограниченное финансирование и отсутствие глобальной перспективы, требуют пристального внимания.

Предложения по улучшению включают интеграцию практических модулей с участием профессионалов из индустрии, обновление курсов для приведения в соответствие с последними технологическими трендами, активизацию профессионального развития для преподавателей, увеличение финансирования из государственных и частных источников, а также включение курсов, которые обеспечивали бы студентам международный опыт и мультикультурное понимание.

Реализация этих предложений позволит подготовить медиаспециалистов, способных эффективно работать в быстро изменяющемся медиаландшафте и адаптироваться в условиях глобальной конкуренции. Это, в свою очередь, повысит качество медиаконтента и будет способствовать развитию информационной культуры общества, что является ключевым аспектом современной демократии.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Глазкова Е.А. Редактирование и создание текста как приёмы развития коммуникативной компетенции студентов // Организация учебной и воспитательной работы в вузе. 2015. № 5. С. 346–355.
2. Пенязь А.В. Теоретические подходы к изучению медиаобразования в российском научном дискурсе // Вестник науки и образования. 2019. Т. 77. № 23. С. 83—86.
3. Гурьева Л.И. Медиаграмотность: сущность, структура, технологии. СПб. : Питер, 2020. 176 с.
4. Федоров А.В. Медиаобразование: история и теория. М. : МОО «Информация для всех», 2015. 450 с.
5. Петрова В.И. Медиакомпетенции будущего журналиста: теория и практика : сб. науч. трудов. М. : Изд. дом «Концепт», 2017. 312 с.
6. Смирнова Ю.И. Медиаобразование: история, теория, практика. М. : Логос, 2018. 208 с.
7. Иванова А.А. Медиаобразование и медиаграмотность: теория и практика : учеб. пособие. СПб. : БХВ-Петербург, 2019. 320 с.
8. Мусифуллин С.Р. Формирование медиаграмотности студентов педагогического вуза в условиях трансформации образовательного процесса // Science for education today. 2023. Т. 13. № 1. С. 7–27. <https://doi.org/10.15293/2658-6762.2301.01>
9. Jenkins H. *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York : University Press, 2006. 336 p.
10. Buckingham D. *Media education: literacy, learning, and contemporary culture*. Cambridge : Polity Press, 2003. 224 p.
11. Livingstone S. *Media literacy and the challenge of new information and communication technologies*. New York : Routledge, 2009. 208 p.
12. Hobbs R. *The state of media literacy*. New York : Routledge, 2013. 272 p.
13. Potter W. *Media literacy*. Thousand Oaks. CA : SAGE Publications, 2012. 328 p.

## REFERENCES

1. Glazkova EA. Editing and creating text as techniques for developing students' communicative competence. *Organizatsiya uchebnoy i vospitatel'noy raboty v vuze*. 2015;5:346–355. (In Russ.).
2. Peniaz AV. Theoretical approaches towards media education in Russian scientific discourse. *Vestnik nauki i obrazovaniya*. 2019;23(77):83–86. (In Russ.).
3. Gur'yeva LI. Media literacy: Essence, structure, technologies. SPb.: Piter; 2020. 176 p. (In Russ.).
4. Fedorov AV. Mediaeducation: history and theory. Moscow: Informatsiya dlya vseh publ.; 2015. 450 p. (In Russ.).
5. Petrova VI. Media competencies of the future journalist: Theory and practice: Collection of scientific works. Moscow: Concept; 2017. 312 p. (In Russ.).
6. Smirnova YuI. Media education: History, theory, practice. Moscow: Logos; 2018. 208 p. (In Russ.).
7. Ivanova AA. Media education and media literacy: Theory and practice: A textbook. SPb.: BHV-Petersburg; 2019. 320 p. (In Russ.).
8. Musifullin SR. Education of pedagogical university students on media competence under the conditions of the transformation of the educational process. *Science for education today*. 2023;13(1):7–27. (In Russ.). <https://doi.org/10.15293/2658-6762.2301.01>
9. Jenkins H. *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York: University Press; 2006. 336 p.
10. Buckingham D. *Media education: Literacy, learning, and contemporary culture*. Cambridge: Polity Press; 2003. 224 p.
11. Livingstone S. *Media literacy and the challenge of new information and communication technologies*. New York: Routledge; 2009. 208 p.
12. Hobbs R. *The state of media literacy*. New York: Routledge; 2013. 272 p.
13. Potter W. *Media literacy*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications; 2012. 328 p.

### **Информация об авторах:**

*Плаксина Софья Сергеевна* — ведущий специалист института развития профильного обучения, Московский городской педагогический университет, 129226, Россия, Москва, ул. Воронцовская, д. 6, корп. 1 (ORCID ID: 0009-0002-2948-8903) (e-mail: plaksinass@mgru.ru).

*Куприянова Анастасия Михайловна* — ассистент кафедры иностранных языков медицинского института, Российский университет дружбы народов, 117198, Россия, Москва, ул. Миклухо-Маклая, д. 6 (ORCID ID: 0000-0001-5623-6264) (e-mail: kuprianova-am@rudn.ru).

*Ильина Анна Юрьевна* — кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков филологического факультета, Российский университет дружбы народов, 117198, Россия, Москва, ул. Миклухо-Маклая, д. 6 (ORCID ID: 0000-0003-4282-8095) (e-mail: ilyina\_ayu@pfur.ru).

### **Information about the authors:**

*Sofia S. Plaksina* — Leading Specialist of the Institute of Specialized Training Development Liberal Arts in Prevocational Education, Moscow City University, 6A Vorontsovskaya st., bldg.1, Moscow, Russian Federation, 109044 (ORCID ID: 0009-0002-2948-8903) (e-mail: plaksinass@mgru.ru).

*Anastasia M. Kuprianova* — Assistant of the Department of Foreign Languages at the Medical Institute, RUDN University, 6 Miklukho-Maklaya st., Moscow, Russian Federation, 117198 (ORCID ID: 0000-0001-5623-6264) (e-mail: kuprianova-am@rudn.ru).

*Anna Yu. Ilyina* — PhD, Associate Professor at the Department of Foreign Languages, RUDN University, 6 Miklukho-Maklaya st., Moscow, Russian Federation, 117198 (ORCID ID: 0000-0003-4282-8095) (e-mail: ilyina\_ayu@pfur.ru).



DOI: 10.22363/2312-8313-2024-11-3-365-373

EDN: BJSJCLA

Research article / Научная статья

## Educational policy and management strategies in the development of digital skills and media competencies in teacher training: New approaches to education

Andrey V. Sazonov<sup>1</sup>  , Milana E. Kuprianova<sup>2</sup> 

<sup>1</sup>Moscow City University, *Moscow, Russian Federation*

<sup>2</sup>RUDN University, *Moscow, Russian Federation*

 [sazonovav195@mgpu.ru](mailto:sazonovav195@mgpu.ru)

**Abstract.** The study analyzes the need to integrate digital skills and media competencies into the process of teacher training. It has been found that modern educational programs often do not meet the requirements of the digital era, necessitating their updating and the introduction of courses on digital literacy. The results highlight the importance of continuous professional development for teachers and the adaptation of educational standards to rapidly changing technological conditions.

**Keywords:** media education, digital literacy, professional development of teachers, integration of technology in education, updating curricula, ICT in education, education strategies

**Conflicts of interest:** The authors declare no conflicts of interest.

### Article history:

The article was submitted on 30.03.2024. The article was accepted on 30.06.2024.

### For citation:

Sazonov AV, Kuprianova ME. Educational policy and management strategies in the development of digital skills and media competencies in teacher training: New approaches to education. *RUDN Journal of Public Administration*. 2024;11(3):365–373. <https://doi.org/10.22363/2312-8313-2024-11-3-365-373>

## Introduction

In the era of digitalization, educational systems worldwide are confronted with the need to integrate digital technologies into the educational process. This is driven by the fact that digital skills and media competencies are becoming crucial in preparing students for life in an information society. In this context, special

© Sazonov A.V., Kuprianova M.E., 2024



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License  
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/legalcode>

attention is not only given to mastering the technical aspects of using modern media tools but also to developing critical thinking, analytical skills, and the ability to create informational content.

Digital skills are an integral part of modern education — from basic computer proficiency with Internet access to advanced skills in programming, working with big data, and artificial intelligence [1–4]. These skills are complemented by media competencies, which include critical evaluation of media resources, understanding the ethical and legal aspects of media consumption and production.

The relevance of developing these skills and competencies is underscored by their importance for the personal development of students and their future professional activities. In today's world, a successful career often depends on the ability to work effectively with information, analyze and critically evaluate it, and also create new content that meets the demands of the information society. In the context of globalization and digitization of society, professional training also cannot avoid integrating digital tools into the educational process. This is necessary to prepare youth for successful adaptation and effective work in the modern information-rich world. Particularly, this applies to the training of teaching staff, who must not only possess these skills at a high level but also be able to pass them on to students, nurturing the next generation of information-literate citizens [5, 6].

**The main goal of this study** is to analyze and evaluate current approaches to the training of teaching staff in the context of rapidly developing digital technologies and media competencies. The study aims to identify potential gaps in educational programs for future teachers and develop recommendations for improving such programs.

To achieve this goal, the study will focus on the following tasks:

- reviewing trends in creating curricula: analyzing teacher training programs at various educational institutions to determine the degree of integration of digital technologies and principles of media literacy;
- evaluating teacher competencies: studying the level of digital preparedness and media competencies among current and future educators;
- identifying problems and gaps: pinpointing the main difficulties and shortcomings in the training of teaching staff related to the need to use modern media resources;
- developing methodological recommendations: proposing specific changes and additions to be made to the curricula, which will help improve the quality of teacher training in the field of digital technologies and media literacy.

During the study, closed results from surveys and interviews with educators were used, allowing conclusions to be drawn about their level of digital skills and media literacy. Surveys were distributed among teachers from various schools and faculty from colleges and universities — participants in the “Media Class in the Moscow School” project — to assess their experience using digital technologies in educational practice. Additionally, an analysis of curricula was conducted to assess the presence and quality of integration of digital literacy and media education modules.

The collected data were subjected to statistical generalization and synthesis to determine the main trends and identify significant patterns. The use of mixed research methods allowed a comprehensive approach to the analysis of the collected information and formed a more objective and complete picture of the current situation in the training of teaching staff in the context of education digitization.

### **Current State of Digital Skills in Education**

To illustrate the mentioned problems, the following examples can be cited:

- **Using Multimedia Technologies in Classrooms:** During a study conducted in 25 different schools, it was discovered that more than 60% of the teachers surveyed felt insecure using interactive boards and educational apps. This indicates insufficient training and support in mastering these technologies.
- **Teaching Media Disciplines:** Although many institutions have begun to include specialized courses in their curricula, the lack of qualified teachers often leads to these courses being taught without a proper understanding of key concepts and methodologies, reducing their effectiveness.
- **Using Cloud Technologies:** Various systems for collaborative project work using cloud technologies are actively implemented in higher education institutions; however, educators face difficulties in using these systems due to the lack of prior training and support, leading to operational failures and data loss.
- **Digital Literacy Courses:** Courses aimed at teaching educators the basics of information technology are actively introduced; however, the content of these courses often remains unchanged for several years, which does not allow for the acquisition of knowledge and skills that are up-to-date with the latest technological trends.

These examples confirm that alongside the implementation of digital devices and internet resources in the educational process, many educational institutions face problems in training teaching staff for their effective use. The lack of adequate professional training and timely updating of curricula becomes an obstacle to the full use of the potential of modern technologies in education.

Another significant issue is the insufficient focus on developing critical thinking and media literacy among future teachers. In an era of information overload, the ability to analyze and evaluate information becomes a critically important component of a teacher's professional competence. Nevertheless, many educational institutions still do not pay enough attention to the development of these skills.

The current state of teacher training in the context of education digitization requires a comprehensive approach to reforming educational programs. It is necessary to create and implement updated courses that would foster the development of digital skills and media competencies, as well as stimulate the use of innovative educational technologies and methodologies in teaching practice. Only in this way can teaching staff be prepared to work effectively in the modern information-educational space [7–10].

Rethinking approaches to the training of teaching staff becomes extremely relevant in the context of global changes in the educational environment, triggered by digital transformation. Traditional teaching methods are giving way to innovative approaches in which digital technologies play a leading role. This necessitates a reevaluation of existing educational programs to prepare educators for the dynamically changing requirements of the modern educational process:

- **Digital Technology Integration:** Digital technologies have radically changed the educational environment, offering new possibilities for interactive and personalized learning. Educators are required not only to master these technologies but also to integrate them into the teaching process in a way that enhances the quality of education and fosters the development of critical thinking among students.
- **Media Literacy:** The increase in information flow and the availability of media resources demand new competencies in media literacy from teachers. Educators must be able to navigate the information stream independently and teach their students to do the same. Thus, educational programs should include the development of skills for critical analysis of media content and the formation of a manipulation-resistant perception.
- **Soft Skills Development:** The modern educational process is increasingly focusing on the development of soft skills, such as effective communication, high emotional intelligence, critical thinking, teamwork ability, and adaptability to changes. Teaching staff should be trained in methodologies that promote the development of these skills in students, which also implies a review and adaptation of curricula.

Finally, changes in societal and economic processes are setting new requirements for education as a whole. Teachers, as key figures in the education system, must be prepared for rapid adaptation to these changes, which is only possible through innovative training and continuous professional development.

A study of current professional development programs has revealed weaknesses in the integration of digital skills and media competencies into the process of training teaching staff. Primarily, the data showed that while programs at most educational institutions contain elements of digital literacy training, the quality of such content often does not meet the demands of the current agenda. Specifically, in universities training teachers, digital literacy courses are often fragmented and unsystematic, hindering the formation of a comprehensive understanding of the issues and the mastery of skills among students.

One of the significant findings was that, despite the availability of technical means and access to information technologies, teachers often lack sufficient competencies for their effective use in educational purposes. This indicates the need for a more targeted and structured approach to teaching digital skills and media competencies within teacher training.

Additionally, it was found that many professional development programs are unable to adapt timely to new technological and social realities, which impacts

the level of teacher preparation. Ultimately, this makes graduates less competitive in the job market, underscoring the need to reform approaches to teacher education in light of current and future professional requirements.

### **Case Studies and Examples**

Comparing the results of the current study with previous works in the field of teacher training revealed both similarities and differences in approaches to integrating digital skills and media competencies. Earlier studies also highlighted the gap between the potential of digital technologies and their actual level of use in educational practice, which is confirmed by the data from our analysis. However, while previous studies mainly focused on the technical aspects of using digital tools, our research emphasizes the need to develop critical thinking and media literacy as key components of professional teacher training.

Previous work in this field indicated teachers' insufficient preparation for effective use of ICT in the educational process, which is also reflected in our work. Unlike earlier studies, which often just stated the problem, we propose specific recommendations for improving curricula to enhance the level of digital and media competence of educators. These include the integration of specialized modules on media education and digital literacy, as well as the development of methodological approaches that actively use the possibilities of interactive and networked learning.

Furthermore, our research noted the importance of continuous professional development for teachers in the context of rapidly changing technological and media landscapes, which was also highlighted in several previous works. However, we went further, emphasizing that professional training should be adaptive and include regular updates to meet current technological trends and changes in educational standards.

The introduction of digital technologies into the educational process opens new horizons for improving the quality and accessibility of education but comes with a set of challenges and complexities. The research in this area has identified key issues that arise in the process of adapting educational institutions and teaching staff to the digital era.

Let's consider the main trends and challenges in contemporary education:

- **Integration of Learning Platforms and Tools:** More educational institutions are integrating platforms such as Moodle and Google Classroom, along with other tools for course management and student interaction. This facilitates the creation of a flexible and interactive learning space, where materials and resources are accessible anytime and anywhere.
- **Development of Distance Education:** The COVID-19 pandemic significantly accelerated the shift to online learning formats, confirming the feasibility and effectiveness of distance education in various contexts.
- **Inequality in Technical Equipment and Resource Access:** A major problem remains the disparity in the level of technical equipment and internet access

across different socio-economic groups and regions, which can exacerbate educational inequality.

- **Teacher Training and Retraining:** Many teachers encounter difficulties in mastering new technologies and teaching methods, indicating the need for systematic professional training and support.
- To optimize teacher training programs in the context of developing digital skills and media competencies, educational institutions might consider the following recommendations.
- **Integration of Digital Technologies into Curricula:** Institutions should actively include courses on digital technologies and media literacy that cover working with educational platforms, content creation and distribution tools, as well as the basics of programming and safe internet use.
- **Professional Development for Teachers:** It is crucial to organize regular training and qualification improvement courses for teachers to update their skills in line with the latest technological trends. This helps teachers not only master new tools but also learn to integrate them into the educational process.
- **Development of Critical Thinking and Media Literacy:** Besides technical skills, curricula should focus on developing critical thinking and media literacy among students, which involves teaching how to analyze and critique media content, understand media influences, and develop effective communication skills.
- **Industry Collaboration:** Educational institutions should strive to partner with technology companies and the digital media industry to ensure the relevance of their programs and provide students with opportunities to apply their skills in real-world settings.
- **Support for Educational Innovations:** Implementing innovative teaching methods such as flipped classrooms, project-based learning, and gamification can significantly enhance student engagement and motivation, as well as facilitate the deep acquisition of digital skills and media competencies.
- **Ensuring Access to Resources:** It's important that all students have equal access to digital devices and high-speed internet both at the institution and at home, reducing digital inequality and ensuring fairer learning conditions.
- **Evaluation and Feedback:** Regular assessment of the effectiveness of educational programs and analysis of feedback from students and teachers can help timely adjust and optimize learning processes.

## Conclusions

The prospects for further research in the integration of digital skills and media competencies into teacher training programs are quite extensive. Firstly, it is important to conduct a deeper analysis of the impact of various educational technologies on learning outcomes to identify which technologies are most effective for developing specific skills and competencies. Another significant area of research concerns the development and testing of new teaching models that fully integrate

digital tools and methods into the educational process, ensuring active student participation and increasing their motivation.

Furthermore, the academic community can explore issues of equity and accessibility in educational technologies, examining how the digital divide affects educational opportunities across different socio-economic groups. This research could help develop strategies aimed at eliminating inequality and ensuring equal access to quality education for all students.

Research into the effectiveness of continuous professional education programs for teachers in the context of rapidly evolving technologies is also of interest. It is crucial to assess how often teachers need to update their skills to meet current demands and which training methods are most effective for adult learners.

Additionally, there is a need for broader multidisciplinary research that combines approaches from educational sciences, psychology, information technology, and sociology to comprehensively assess the impact of digitalization on the educational environment. This would not only improve teacher training but also provide a deeper understanding of how digital technologies can make the educational process more inclusive and effective.

Recognizing that digital literacy and media education must become integral parts of professional training for all educators requires educational institutions to take active steps to implement relevant modules and courses. This, in turn, necessitates ongoing professional development for teachers and updating their skills in line with the latest technological advancements.

Furthermore, educational institutions must ensure equal access to resources and technologies for all categories of educators, which will help minimize digital inequality and contribute to creating a more equitable educational space. Only through such a comprehensive approach can a high level of teacher training be achieved, which in turn will enhance the overall quality of education and make it more adapted to the needs of modern society.

In conclusion, we should emphasize the critical importance of integrating digital skills and media competencies into teacher training programs. This not only opens up new opportunities for enhancing the quality of the educational process but is also a necessary condition for preparing teachers capable of effectively working in the rapidly changing digital world. The research findings indicate a need for updating and adapting curricula to meet modern technological and media realities, as well as preparing teachers for active and thoughtful use of digital tools in educational practice.

## REFERENCES

1. Buckingham D. Chapter 3. Media Literacies. *Media Education: Literacy, Learning and Contemporary Culture*. Cambridge, UK: Polity Press; 2003. p. 35–52.
2. Hobbs R. Improvization and strategic risk-taking in informal learning with digital media literacy. *Learning, Media and Technology*. 2013;38(2):186. <http://doi.org/10.1080/17439884.2013.756517>
3. Semyonov KP, Neshko AN. Aspects of the application of digital technologies in expert activities. *Informatsionnaya bezopasnost' regionov*. 2010;1(6):88–93. (In Russ.).

- Семенов К.П., Нешко А.Н. Аспекты применения цифровых технологий в экспертной деятельности // Информационная безопасность регионов. 2010. Т. 1. № 6. С. 88–93.
4. Shmakova SB. Methodological aspects of the selection and application of digital tools for the creation of educational technologies. *Educational Resources and Technologies*. 2023;2(43):27–34. (In Russ.).  
*Шмакова С.Б.* Методические аспекты выбора и применения цифровых инструментов для создания образовательных технологий // Образовательные ресурсы и технологии. 2023. Т. 2. № 43. С. 27–34.
  5. Jenkins H, Purushotma R, Weigel M, Clinton K, Robinson AJ. What should we teach? Rethinking literacy. *Confronting the Challenges of Participatory Culture*. 2009:28–34.
  6. Kurtyka F. Literacy: An introduction to the ecology of written language. 2nd ed. by David Barton. *Community Literacy Journal*. 2010;5(1):181–184. <http://doi.org/10.25148/clj.5.1.009433>
  7. McLuhan M. *Understanding Media: The Extensions of Man*. McGraw-Hill; 1964. 318 p.
  8. Postman N. *Amusing Ourselves to Death: Public Discourse in the Age of Show Business*. Penguin Books; 2006. p. 1–184.
  9. Li X, Yang Y, Chu SKW, Zainuddin Z, Zhang Y. Applying blended synchronous teaching and learning for flexible learning in higher education: An action research study at a university in Hong Kong. *Asia Pacific Journal of Education*. 2020;42(2):211–227. <https://doi.org/10.1080/02188791.2020.1766417>
  10. Yang Y. Wangluo xinxi xunqiu xinwei kaoliu lilun kuangjia zhi huodong lilun. *Yuancheng jiaoyu zazhi*. [Theoretical framework of activity theory for online information seeking behavior. *Distance Education Magazine*]. 2008:19–22. (In Chin.).

#### Information about the authors:

*Andrey V. Sazonov* — Methodologist at the Institute of Specialized Training Development Liberal Arts in Prevocational Education, Moscow City University, 6A Vorontsovskaya st., bldg. 1, Moscow, Russian Federation, 109044 (ORCID ID: 0009-0007-5367-4657) (e-mail: [sazonovav195@mgpu.ru](mailto:sazonovav195@mgpu.ru)).

*Milana E. Kuprianova* — PhD, Associate Professor at the Department of Foreign Languages, RUDN University, 6 Miklukho-Maklaya st., Moscow, Russian Federation, 117198 (ORCID ID: 0000-0003-2154-099X) (e-mail: [kuprianova-me@rudn.ru](mailto:kuprianova-me@rudn.ru)).

## Образовательная политика и стратегии управления в развитии цифровых навыков и медиакомпетенций при подготовке педагогических кадров: новые подходы к обучению

А.В. Сазонов<sup>1</sup>  , М.Е. Куприянова<sup>2</sup> 

<sup>1</sup>Московский городской педагогический университет, Москва, Россия

<sup>2</sup>Российский университет дружбы народов, Москва, Россия

 [sazonovav195@mgpu.ru](mailto:sazonovav195@mgpu.ru)

**Аннотация.** Обосновывается необходимость интеграции цифровых навыков и медиакомпетенций в процесс подготовки педагогических кадров. Выявлено, что современные учебные программы часто не соответствуют требованиям цифровой эры, что требует их актуализации и введения курсов по цифровой грамотности. Результаты подчеркивают важность непрерывного профессионального развития учителей и адаптации образовательных стандартов к быстро меняющимся технологическим условиям.

**Ключевые слова:** медиаобразование, цифровая грамотность, профессиональное развитие учителей, интеграция технологий в образование, обновление учебных программ, ИКТ в образовании, образовательные стратегии

**Заявление о конфликте интересов:** Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

**История статьи:**

Статья поступила в редакцию 30.03.2024. Статья принята к публикации 30.06.2024.

**Для цитирования:**

*Sazonov A.V., Kuprianova M.E.* Educational policy and management strategies in the development of digital skills and media competencies in teacher training: New approaches to education // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Государственное и муниципальное управление. 2024. Т. 11. № 3. С. 365–373. <https://doi.org/10.22363/2312-8313-2024-11-3-365-373>

**Информация об авторах:**

*Сазонов Андрей Викторович* — методист института развития профильного обучения, Московский городской педагогический университет, 109044, Россия, Москва, ул. Воронцовская, д. 6, стр. 1 (ORCID ID: 0009-0007-5367-4657) (e-mail: [sazonovav195@mgpu.ru](mailto:sazonovav195@mgpu.ru)).

*Куприянова Милана Евгеньевна* — кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков филологического факультета, Российский университет дружбы народов, 117198, Россия, Москва, ул. Миклухо-Маклая, д. 6 (ORCID ID: 0000-0003-2154-099X) (e-mail: [kuprianova-me@rudn.ru](mailto:kuprianova-me@rudn.ru)).



## МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ INTERNATIONAL EXPERIENCE OF PUBLIC ADMINISTRATION

DOI: 10.22363/2312-8313-2024-11-3-374-381

EDN: BQYHRZ

Научная статья / Research article

### Российско-китайское сотрудничество в сфере обороны и безопасности: достижения, вызовы, управленческие аспекты

Р.А. Явчуновская<sup>1</sup> ✉, Р.А. Полончук<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Академия военных наук РФ, Москва, Россия

<sup>2</sup>Институт Китая и современной Азии РАН, Москва, Россия

✉ [reguina10@mail.ru](mailto:reguina10@mail.ru)

**Аннотация.** Рассмотрено сотрудничество России и Китая в сфере обеспечения обороны и безопасности государства в условиях угроз прокси-войны. Особое внимание уделено совместным практическим мероприятиям, позволяющим развивать российско-китайское сотрудничество в военной сфере. Проанализированы управленческие аспекты взаимодействия и сотрудничества двух стран в сфере обороны и безопасности.

**Ключевые слова:** Россия, Китай, военно-техническое сотрудничество, национальная безопасность, международная обстановка, военно-технологическое взаимодействие

**Заявление о конфликте интересов:** Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

#### История статьи:

Статья поступила в редакцию 20.02.2024. Статья принята к публикации 01.05.2024.

#### Для цитирования:

Явчуновская Р.А., Полончук Р.А. Российско-китайское сотрудничество в сфере обороны и безопасности: достижения, вызовы, управленческие аспекты // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Государственное и муниципальное управление. 2024. Т. 11. № 3. С. 374–381. <https://doi.org/10.22363/2312-8313-2024-11-3-374-381>



# Russian-Chinese cooperation in the field of defense and security: Achievements, challenges, managerial aspects

Regina A. Yavchunovskaya<sup>1</sup> ✉, Ruslan A. Polonchuk<sup>2</sup> 

<sup>1</sup>Academy of Military Sciences of the Russian Federation, *Moscow, Russian Federation*

<sup>2</sup>Institute of China and Modern Asia of the Russian Academy of Sciences, *Moscow, Russian Federation*

✉ reguina10@mail.ru

**Abstract.** The study examines cooperation between Russia and China in the field of ensuring the state defense and security in the context of contemporary military threats. The authors paid particular attention to the joint practical measures that allow developing Russian-Chinese cooperation in the military-political sphere and military-technical interaction. The authors analyze the managerial aspects of interaction and cooperation between the two countries in the field of state defense and security. The authors conclude that cooperation between Russia and China is becoming increasingly credible in the contemporary turbulent world, and determines the stability of Russian-Chinese relations, which indicates a high level of interaction.

**Keywords:** Russia, China, military-technical cooperation, national security, international situation, military-political interaction

**Conflicts of interest:** The authors declare no conflicts of interest.

## Article history:

The article was submitted on 20.02.2024. The article was accepted on 01.05.2024.

## For citation:

Yavchunovskaya RA, Polonchuk RA. Russian-Chinese cooperation in the field of defense and security: Achievements, challenges, managerial aspects. *RUDN Journal of Public Administration*. 2024;11(3):374–381. <https://doi.org/10.22363/2312-8313-2024-11-3-374-381>

## Введение

В современных условиях международной обстановки расширяется спектр вызовов и угроз национальной безопасности, которые могут воздействовать на любое государство. С учетом возрастающей роли России в мире, гарантированное обеспечение безопасности в военно-политической и военно-стратегической сферах становится важнейшим приоритетом для соответствующих ведомств в ходе реализации международного сотрудничества на глобальном и региональном уровнях.

Результаты анализа развития событий на мировой арене убедительно свидетельствуют о важности и целесообразности политического и технологического (включая и военно-техническое) сотрудничества с ближайшим соседом России — Китайской Народной Республикой (КНР).

**Цель исследования** заключается в рассмотрении факторов, оказывающих влияние на российско-китайское сотрудничество в области национальной обороноспособности и национальной безопасности.

**Методология** исследования основана на применении геополитического подхода, анализе данных, свидетельствующих о длительном развитии военного сотрудничества России и Китая, а также на системно-сравнительном методе, позволившем раскрыть процессы развития стратегического партнерства двух стран.

### **Роль военного сотрудничества в укреплении стратегического партнерства между Россией и Китаем**

Комплекс угроз, возникающих на фоне постепенного нарастания противоборства между Китаем и США в технологической сфере, нестабильности на Корейском полуострове, продвижения США Индо-Тихоокеанской стратегии для проецирования влияния в регионе и создания 16 сентября 2021 г. многостороннего партнерства AUKUS могут при определенных условиях вынудить политическое руководство КНР начать боевые действия для защиты национальных интересов [1]. В большинстве из будущих потенциальных конфликтов в Северо-Восточной Азии (СВА) Китай будет одним из их участников.

Одним из вариантов воплощения в жизнь стратегии по сохранению имеющегося баланса сил в СВА для России может стать интенсификация сотрудничества с КНР путем расширения спектра выполняемых совместно задач военно-политического характера. Достоверно известно, что политики и стратеги КНР рассматривают Россию как сильную в военном отношении страну, которая на современном этапе в ходе противодействия с коллективным Западом (для большинства китайских экспертов первично противодействие экономик России и 32 стран Европы, для части специалистов важно противодействие только военно-экономических секторов экономики) формирует новый баланс сил в глобальном масштабе.

Значительные успехи, достигнутые двумя странами в области обеспечения обороны и безопасности, можно объяснить во многом совпадающими геополитическими интересами. Долговременная заинтересованность Китая в сотрудничестве с Россией в значительной степени обусловлена воззрениями китайских военных чиновников и экспертов на непрекращающиеся попытки США дестабилизировать не только внутривосточную обстановку, но и обстановку в СВА по примеру «цветных революций» на Ближнем Востоке. Оценивая внешнюю опасность, китайские руководители исходят из того, что к любому изменению международной обстановки следует быть готовыми заблаговременно, в т.ч. и к неблагоприятным для КНР сценариям [2].

Военное сотрудничество Москвы и Пекина развивалось планомерно. В период с 1949 по 1969 гг. из СССР Китаю было экспортировано оружие на сумму около 4,1 млрд долл. В период с 1951 по 1960 гг. были совместно созданы объекты военного назначения на общую сумму около 439,3 млн долл., безвозмездно было передано около 650 лицензий на производство военной техники. По оценкам специалистов из СССР в Китай командировали более

5 300 военных советников и специалистов для помощи китайским военноружающим в освоении передаваемого вооружения.

Российско-китайское оборонно-техническое взаимодействие получило значительное развитие. Две страны обязались развивать стратегическое взаимодействие в оборонной сфере, а в случае возникновения и устранения возникших вызовов и угроз оперативно проводить консультации [3].

Общеизвестно, что торговля оружием и технологиями двойного назначения между двумя странами осуществлялась на основе принятого еще в 1992 г. межправительственного «Соглашения о военно-техническом сотрудничестве», а затем, в соответствии с достигнутыми договоренностями, соглашение было пролонгировано до 2022 г. В его рамках Россия поставляла Китаю:

- военную авиационную технику: истребители Су-25, Су-27, Су-30МКК, Су-35; вертолеты Ми-171, Ка-32 и «Ансат»; транспортные самолеты Ил-76; самолеты-заправщики Ил-78; управляемые авиационные бомбы; крылатые ракеты М807;
- системы ПВО: ЗРС дальнего действия С-300ПМ1 и С-400; ЗРК малой дальности «Тор-М» и «Тунгуска», ЗРК средней дальности «Бук»;
- морскую военную технику: дизельные подводные лодки класса «Варшавянка» и «Лада», ракетные эсминцы; противокорабельные ракеты «Москит»;
- вооружение и военную технику для сухопутных войск: танки Т-80У, управляемые снаряды для танков; управляемые артиллерийские снаряды «Краснополь»; управляемые снаряды «Бастион»<sup>1</sup>.

В КНР в целом удовлетворены достигнутым уровнем развития отношений с РФ, в связи с этим Пекин позитивно оценивал и оценивает возможности поступательного наращивания двусторонних отношений в сфере безопасности и обороны.

2000-е гг. в КНР прошли под флагом научно-технической революции, заключавшейся в освоении западных технологий. В связи с этим китайское руководство приняло принципиальное решение вооружать Народно-освободительную армию Китая (НОАК) исходя из принципа «с опорой на собственные силы». Пекин стремился к переводу двустороннего сотрудничества на качественно новый уровень, который характеризовался бы тесным научно-техническим и производственно-технологическим взаимодействием для совместной разработки новых образцов оружия, при создании которых китайские специалисты сталкивались с трудностями. В ряде случаев Китай предпринимал попытки использовать результаты военно-технического сотрудничества (ВТС) с Россией для расширения рынка сбыта собственной продукции военного назначения, в т.ч. за счет стран Центральной

---

<sup>1</sup> Annual Report to Congress. Military and Security Developments Involving the People's Republic of China 2016 // Office of the Secretary of Defense. 26.04.2016. URL: <https://www.ustaiwandefense.com/tdnswp/wp-content/uploads/2016/05/2016-Military-and-Security-Developments-Involving-the-People's-Republic-of-China.pdf> (дата обращения: 30.04.2024).

Азии, Алжира, Венесуэлы, Египта, Эфиопии, традиционно ориентированных на импорт российской военной техники [4].

Изучение военного сотрудничества Китая с зарубежными странами показало рост активности КНР в данной области. Из-за отсутствия реального боевого опыта китайское командование использует все возможности для «компенсации» за счет участия национальных вооруженных сил в двусторонних и многосторонних учениях, операциях в рамках мандата ООН и охраны акваторий Мирового океана, в т.ч. и от морских пиратов.

Военное сотрудничество России и Китая в последние годы позволяет охарактеризовать его как деятельность, нацеленную на формирование новых направлений для расширения взаимодействия РФ и КНР в сфере безопасности. При этом направленность сотрудничества Москвы и Пекина носит ярко выраженный «антиамериканский» характер.

К основным направлениям совместной работы в военной сфере можно отнести в первую очередь:

- 1) сотрудничество по линии оборонно-промышленного комплекса (ОПК), интенсивное развитие которого станет возможным только при наличии отлаженной институциональной структуры взаимных прямых инвестиций, финансирования и кредитования масштабных совместных проектов, практического перехода на взаиморасчеты в национальных валютах и т.д.;
- 2) участие в двусторонних и многосторонних мероприятиях боевой учебы. Совместные учения имеют особое значение для обеих сторон, вынужденных искать пути противодействия растущему давлению США и их союзников;
- 3) подготовку китайских военных специалистов, являющихся неотъемлемой частью государственно-партийной номенклатуры и играющих большую управленческую роль в политике Китая;
- 4) организацию на регулярной основе встреч высших должностных лиц военного и внешнеполитического ведомств двух стран.

Зарубежные эксперты, отслеживающие возросший масштаб контактов России и Китая, высказываются, что Москва и Пекин углубляют военное сотрудничество на фоне специальной военной операции и готовятся взять на себя большую ответственность за стабильность в регионе. Однако все больше голосов предупреждают об опасности полноценного военного союза КНР и РФ. И это, судя по всему, больше всего беспокоит коллективный Запад. Но наиболее реалистичные западные аналитики признают, что к этому две соседние страны подтолкнули именно США и их союзники. Политика сдерживания, угрозы, санкции, вмешательство во внутренние дела не могли не привести к более тесному военному сотрудничеству Китая и России, которые поддерживают отношения стратегического партнерства.

Ли Шуин, научный сотрудник Академии военных наук и эксперт по российским военным вопросам, отметил, что совместные китайско-российские учения, как нормализованное и институционализированное соглашение о военном сотрудничестве, служат существенным проявлением

китайско-российского стратегического партнерства по координации в военной области. «Совместные учения Китая и России демонстрируют углубляющееся взаимное политическое и военное доверие между двумя странами, а также их решимость и волю к борьбе с международным терроризмом и поддержанию региональной безопасности и стабильности. Относительная стабильность региональной ситуации в последние годы тесно связана с благами общественной безопасности, предоставляемыми Китаем и Россией», — сказал он<sup>2</sup>.

Тесное взаимодействие в международных делах всесторонне поддерживается: помимо регулярных встреч глав внешнеполитических ведомств в ходе взаимных визитов и на площадках международных форумов, между МИДами России и Китая действует система плановых консультаций на уровне заместителей министров и директоров департаментов. Российско-китайские отношения в области ВТС уверенно утвердилась в числе ключевых факторов поддержания международной безопасности и стабильности, становления многополярного мироустройства, демократизации механизмов глобального управления, обеспечения верховенства международного права. Потенциал международного сотрудничества в военной сфере в национальных интересах России и Китая существует и вероятно будет расширяться после окончания специальной военной операции (СВО), так как России потребуются технологии Китая в области беспилотной авиации, систем связи, автоматизированных систем боевого управления и т.д., а Китаю будет необходим, вероятнее всего, реальный боевой опыт проведения специальных военных операций.

Изучение возможностей развития российско-китайской промышленной кооперации на основе опыта ВТС двух стран позволяет говорить о необходимости пересмотра имеющихся место подходов к ее организации. Китай практически преодолел зависимость от импорта готовых вооружений и военной техники, занимая одно из лидирующих мест в мире по самообеспечению и номенклатуре производимых изделий. Проводятся лишь ограниченные закупки российских образцов, имеющих исключительно высокие характеристики, в дополнение к собственному производству.

Как отметил С. Лузянин, «в условиях обострения военно-политического китайско-американского противостояния Россия выступает надежным стратегическим тылом и гарантом сдерживания США. При этом ценность и важность российского стратегического компонента в условиях сохранения, а в отдельных случаях и возрастания асимметрии между ядерными триадами Китая и США в пользу последних будет только усиливаться. Возможно, что потребуются определенная гармонизация российско-китайского военного взаимодействия на всех уровнях — от локального, включая развитие трехсторонних связей КНР, РФ и Белоруссии, до глобального формата» [2]. Рассмотрение перспектив развития российско-китайского

<sup>2</sup> Морское взаимодействие: курсами мира и взаимопонимания // Министерство обороны РФ. 29.07.2023. URL: <https://ric.mil.ru/Novosti/item/505604/> (дата обращения: 15.05.2024).

ВТС показало наличие обоюдных интересов российской и китайской стороны к продолжению и диверсификации сотрудничества. Наиболее перспективным направлением сотрудничества для двух стран являются совместные НИОКР в высокотехнологичных областях: создание систем ПВО/ПРО, истребителей 5/6-го поколений, подводных кораблей и космических аппаратов.

### Заключение

В ближайшей перспективе на территории СВА возможно резкое обострение межгосударственных отношений с применением противостоящими сторонами военной силы.

Сотрудничество между Россией и Китаем приобретает все большую доверительность и ценность в сегодняшнем турбулентном мире, и это в полной мере определяет стабильность китайско-российских отношений, что свидетельствует о высоком уровне взаимодействия.

Во многом совпадающие геополитические и государственно-национальные интересы определяют заинтересованность двух стран в стратегически эффективном военном сотрудничестве. Анализ мероприятий в масштабах российско-китайского взаимодействия за период с 2015 по 2024 гг. позволяет охарактеризовать его как интенсивно реализуемое, способствующее развитию двусторонних и многосторонних программ и прогнозировать новые возможности для диверсификации сотрудничества России и Китая.

### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Прогнозируемые вызовы и угрозы национальной безопасности Российской Федерации и направления их нейтрализации / под общ. ред. А.С. Коржевского ; редкол.: В.В. Толстых, И.А. Копылов. М. : РГГУ, 2021. 604 с.
2. Лузянин С. Эпоха Си Цзиньпина: новые стратегические приоритеты // Национальная оборона. 2023. № 3. URL: <https://oborona.ru/product/luzyanin-sergej/ehpoha-si-czinpina-novye-strategicheskie-prioritety-44526.shtml> (дата обращения: 30.04.2024).
3. Owen J.M. Sino-Russian Cooperation Against Liberal Hegemony // *International Politics*. 2020. № 57. P. 809–833.
4. Российско-китайский диалог: модель 2020: доклад № 58/2020 / С.Г. Лузянин (рук.) и др.; Х. Чжао (рук.) и др. Российский совет по международным делам (РСМД). М. : НП РСМД, 2020. 254 с.
5. Кашин В.Б. Китайский экспорт вооружений, военной и специальной техники после 2015 года // *Экспорт вооружений*. 2020. № 4. С. 19–22.
6. Indo-Pacific strategies: Navigating geopolitics at the dawn of a new age / Ed. by B.J. Cannon, K. Nakata. Routledge, 2021. 271 p.

### REFERENCES

1. *Prognoziruemye vyzovy i ugrozy natsional'noi bezopasnosti Rossiiskoi Federatsii i napravleniya ikh neutralizatsii* [Projected challenges and threats to the national security of the Russian Federation and the directions of their neutralization]. Ed. by A.S. Korzhevsky. Moscow: RGGU; 2021. 604 p. (In Russ.).

2. Luzyanin S. Epokha Si Tszin'pina: novye strategicheskie priorityety [The Era of Xi Jinping: New strategic priorities]. *Natsional'naya oborona*. 2023;3. URL: <https://oborona.ru/product/luzyanin-sergej/ehpoha-si-czinpina-novye-strategicheskie-priorityety-44526.shtml> (accessed: 30.04.2024) (In Russ.).
3. Owen JM. Sino-Russian cooperation against liberal hegemony. *International Politics*. 2020;57:809–833.
4. Rossiisko-kitaiskii dialog: model' 2020: doklad No 58/2020. S.G. Luzyanin (ruk.) i dr.; H. Zhao (ruk.) i dr. Rossiiskii sovet po mezhdunarodnym delam (RSMD) [*Russian-Chinese dialogue: Model 2020: Report No. 58/2020*]. Moscow: NP RSMD; 2020. 254 p. (In Russ.).
5. Kashin VB. Kitaiskii eksport vooruzhenii, voennoi i spetsial'noi tekhniki posle 2015 goda [Chinese exports of arms, military and special equipment after 2015]. *Eksport vooruzhenii*. 2020;4:19–22. (In Russ.).
6. *Indo-Pacific strategies: Navigating geopolitics at the dawn of a new age*. Cannon BJ, Hakata K. (Ed.). Routledge; 2021. 271 p.

### **Информация об авторах:**

Явчуновская Регина Анатольевна — доктор политических наук, профессор, действительный член Академии военных наук РФ, 119330, Россия, Москва, Университетский пр-т, д. 14 (e-mail: reguina10@mail.ru).

Полончук Руслан Андреевич — кандидат политических наук, старший научный сотрудник Института Китая и современной Азии РАН, 117997, Россия, Москва, Нахимовский пр-т, д. 32 (ORCID ID: 0009-0000-5495-3016) (e-mail: polonchuk@iccaras.ru).

### **Information about the authors:**

Regina A. Yavchunovskaya — Doctor of Political Science, Professor, Full Member of the Academy of Military Sciences of the Russian Federation, 14 Universitetskiy Ave., Moscow, Russian Federation, 119330 (e-mail: reguina10@mail.ru).

Ruslan A. Polonchuk — PhD of Political Sciences, Senior Researcher at the Institute of China and Modern Asia of the Russian Academy of Sciences, 32 Nakhimovsky Ave., Moscow, Russian Federation, 117997 (ORCID ID: 0009-0000-5495-3016) (e-mail: polonchuk@iccaras.ru).



DOI: 10.22363/2312-8313-2024-11-3-382-394

EDN: VPUEMF

Научная статья / Research article

## «Альтернатива для Германии» против немецких профсоюзов: политический «хук справа»

О.Е. Гришин  , А.В. Канушкин

Российский университет дружбы народов, Москва, Россия

 [grishin\\_oe@pfur.ru](mailto:grishin_oe@pfur.ru)

**Аннотация.** Рассмотрены проблемы немецких профсоюзов, связанные с продолжающимся несколько лет противоборством с молодой партией правого спектра «Альтернатива для Германии» (АдГ). Несмотря на то, что АдГ является непримиримым идейным противником профсоюзов, их члены проявляют симпатии к партии. Острота ситуации обусловлена не только тем, что более десятой доли сторонников профессиональных объединений поддерживают АдГ на выборах, но и тем, что в процентном отношении члены профсоюзов активнее голосуют за данную партию, чем средний немецкий избиратель. Рассмотрены причины роста правых настроений среди класса наемных работников. Показаны методы, применяемые профсоюзами в идеологической борьбе, вплоть до прямых запретов для своих сторонников на параллельное членство в «Альтернативе». В данной ситуации профсоюзы ярко продемонстрировали себя как самостоятельный политический актор, но, по мнению авторов исследования, стали проигравшей стороной в схватке с АдГ. Авторы дополняют существующие подходы к исследованию проблем функционирования немецких профсоюзов в политическом процессе Германии.

**Ключевые слова:** профсоюзы ФРГ, политические акторы, политическая борьба, правый популизм

**Заявление о конфликте интересов:** Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

### История статьи:

Статья поступила в редакцию 10.03.2024. Статья принята к публикации 10.06.2024.

### Для цитирования:

Гришин О.Е., Канушкин А.В. «Альтернатива для Германии» против немецких профсоюзов: политический «хук справа» // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Государственное и муниципальное управление. 2024. Т. 11. № 3. С. 382–394. <https://doi.org/10.22363/2312-8313-2024-11-3-382-394>

© Гришин О.Е., Канушкин А.В., 2024



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License  
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/legalcode>

## “Alternative for Germany” against German trade unions: A political “right hook”

Oleg E. Grishin  , Alexander V. Kanushkin

RUDN University, Moscow, Russian Federation

 grishin\_oe@pfur.ru

**Abstract.** The study examines the problems of German trade unions related to the ongoing confrontation with the young party of the right-wing spectrum “Alternative for Germany” for several years. Despite the fact that the AfD is an irreconcilable ideological opponent of trade unions, their members show sympathy for the party. The severity of the situation is due not only to the fact that more than a tenth of supporters of professional associations support the AfD in elections, but also to the fact that, as a percentage, trade union members vote more actively for this party than the average German voter. The reasons for the growth of right-wing sentiments among the class of employees are considered. The methods used by trade unions in the ideological struggle are shown, up to direct prohibitions for their supporters on parallel membership in the AfD. In this situation, the trade unions have clearly demonstrated themselves as an independent political actor, but, in our opinion, they have become the losing side in the fight against the AfD. The authors complement existing approaches to the study of the problems of the functioning of German trade unions in the political process in Germany.

**Keywords:** German trade unions, political actors, political struggle, right-wing populism

**Conflicts of interest:** The authors declare no conflicts of interest.

### Article history:

The article was submitted on 10.03.2024. The article was accepted on 10.06.2024.

### For citation:

Grishin OE, Kanushkin AV. “Alternative for Germany” against german trade unions: A political “right hook”. *RUDN Journal of Public Administration*. 2024;11(3):382–394. <https://doi.org/10.22363/2312-8313-2024-11-3-382-394>

## Введение

В политической жизни современной ФРГ заметное место занимает продолжающаяся уже в течение нескольких лет острая полемика между немецкими профсоюзами, в т.ч. одной из их головных организаций — Объединением немецких профсоюзов (нем. Deutscher Gewerkschaftsbund, DGB) и партией правого спектра «Альтернатива для Германии» (АдГ). Важность этого вопроса с точки зрения политологии обусловлена, по нашему мнению, двумя факторами. Во-первых, стороны подвергают друг друга мощной критике не только как конкретные, ныне существующие общественно-политические институты, но ставят под сомнение жизнеспособность самих лежащих в основе деятельности оппонента идеологических принципов. Во-вторых, эта схватка не воспринимается в немецком обществе как нечто отвлеченное, «линия фронта» пролегает через конкретные трудовые коллективы, при этом непосредственно вовлечено в конфликт значительное количество граждан страны, которые оказались перед непростым выбором, когда членство в профсоюзе в некоторых случаях становится несовместимым с определенными

политическими симпатиями. Для авторов в настоящем исследовании ключевым является вопрос о способности немецких профсоюзов адаптироваться к быстро меняющимся реалиям жизни немецкого общества и государства (ранее мы отмечали, что профсоюзы оказались не в полной мере готовы к вызовам цифровизации и взаимодействию с работодателями нового типа, в частности, в сфере платформенной экономики [1]).

### **Выбор в пользу «Альтернативы для Германии»**

История основанной в 2013 г. АдГ развивалась стремительно. Не сумев в год своего основания преодолеть даже пятипроцентный барьер на выборах в бундестаг, в 2017 г. АдГ получает 12,6 % голосов, а в 2021 г. — 10,3 %. За десять лет своей чрезвычайно активной деятельности партия уверенно добилась представительства не только в бундестаге, но и в земельных парламентах, став ярким и узнаваемым политическим брендом в ФРГ и за ее пределами.

Применительно к рассматриваемому нами вопросу весьма показательным является отношение членов профсоюзов к партии АдГ, наиболее отчетливо выразившееся в голосовании на выборах в бундестаг в 2013, 2017, 2021 гг., а также на выборах в земельные парламенты.

Так, если на федеральных выборах в 2013 г. АдГ поддержали 5 % членов профсоюзов, то в 2017 г. — уже 15 % [2. С. 3]. В 2021 г. 12,2 % сторонников профсоюзов отдали свои голоса за партийные списки АдГ [3], формально это несколько меньше, чем в предыдущем голосовании, но важно разобраться, что именно стоит за этими цифрами.

Во-первых, характерно, что именно члены профсоюзов в процентном соотношении активнее голосовали за АдГ по сравнению с общей массой немецких избирателей (12,2 против 10,3 %). Необходимо отметить, что это не единственный подобный случай на выборах в ФРГ. Похожая ситуация имела место и в 2017 г., а также и в ходе других выборных кампаний, в т.ч. и регионального (земельного) уровня. Так, например, на выборах в ландтаг (земельный парламент) сравнительно благополучной в социально-экономическом плане Баварии 14,5 % членов профсоюзов поддержали АдГ, в то время как общий результат партии составил только 10,2 % [4].

Во-вторых, следует понимать, что в абсолютных цифрах это сотни тысяч граждан трудоспособного возраста, представляющих промышленность, сферу услуг, образование, государственную службу, включая, например, полицию и иные сферы деятельности и состоящих в соответствующих профессиональных объединениях, что в определенной степени уже говорит о проявлении общественной и политической активности. Это социальная группа, на протяжении десятилетий традиционно воспринимаемая в ФРГ как костяк немецкого общества.

И, наконец, в-третьих, целесообразно рассмотреть данный вопрос в контексте сложившихся взаимоотношений немецких профсоюзов

с парламентскими партиями ФРГ. На современном политическом ландшафте Германии традиционно наиболее близки по своим программам к профсоюзам Социал-демократическая и Левая партии, что зеркально отражается и на поддержке, оказываемой сторонниками тред-юнионов в ходе выборов различного уровня. Наиболее дистанцированной по отношению к объединениям работников на протяжении всей послевоенной истории ФРГ считалась Свободная демократическая партия (СВДП) [2. С. 3]. Это обусловлено тем, что либеральная СВДП, выступая с экономическим лозунгом «Столько государства, сколько необходимо, но так мало, как это возможно» представляет интересы предпринимателей, собственников, руководителей компаний, но не наемных работников и вполне объяснимо не получила большого расположения последних. Ситуация с АдГ не укладывается в эту логику политического сосуществования, выстраивавшуюся многие десятилетия. АдГ открыто выступила с максимально резкой и последовательной критикой профсоюзов, и потому ее поддержка сторонниками этих объединений сама по себе содержит внутреннее противоречие и стала одним из наиболее острых вызовов для лидеров немецких тред-юнионов в последние годы.

Выбор в пользу АдГ происходит на фоне острой общественной дискуссии, одна из тем которой — сложная история взаимоотношений профсоюзов и партий правого толка в Германии. Этот вопрос достоин отдельного исследования, но важно вспомнить о трагической странице немецкого прошлого — насильственном роспуске свободных профсоюзов в 1933 г., так как отсыл к фашистскому периоду немецкой истории (справедливо или нет) активно используется в аргументации против АдГ. Противники партии называют ее националистической и правопопулистской.

Что позволило АдГ бросить вызов левым партиям, выйти на традиционно принадлежащее им идеологическое поле, потеснить их и завоевать симпатии каждого десятого члена профсоюза? Ответ на этот вопрос пытаются найти политологи, социологи, журналисты в ФРГ и за ее пределами. Отметим важнейшие, на наш взгляд, факторы, которые сыграли в этом существенную роль.

### **Слагаемые успеха «правых» среди профсоюзного электората**

Говоря об достижениях АдГ в политических схватках на всех уровнях немецкой избирательной системы, справедливо, по нашему мнению, в первую очередь признать способность партии чувствовать политическую повестку и высокую эффективность применяемых ею методов воздействия на избирателя. В контексте рассматриваемой проблематики нельзя не отметить, что АдГ правильно оценила потенциал работы с членами профсоюзов и сделала их своей целевой аудиторией, она напрямую обращается к ним как к отдельной, самостоятельной группе и действует при этом решительно и наступательно.

Штефан Бранднер, федеральный вице-спикер АдГ, в опубликованном в октябре 2023 г. заявлении сразу расставляет все точки над «і» и недвусмысленно дает понять, что представляемая им партия считает членов профсоюзов своим электоратом: «В то время как профсоюзы погрязли в трясине так называемой «борьбы с правыми» и занимаются ненавистнической травлей АдГ, она делает упор на политику, которая ставит во главу угла значение тех, кто поддерживает нашу страну. Мы хотим ... лучших условий труда и политики, которая действительно подходит людям на местах. У нас нет времени на политическую позиционную войну, потому что мы хотим перевернуть Германию с ног на голову. Рабочие знают это и поэтому выбирают АдГ [5].

Важно не только содержание, но и характерный лапидарный стиль, который находит отклик у наемных работников на фоне общей разочарованности в деятельности партий. Для обозначения этого явления в ФРГ применяется неологизм *Politikverdrossenheit* — «недовольство политикой», составной частью которого является и усталость от длительных и не всегда понятных избирателю дискуссий.

Далее следует отметить, что в процессе своей эволюции АдГ научилась чутко реагировать на запросы избирателей и затрагивать наиболее острые темы политической повестки. Основанная изначально как партия евроскептиков, АдГ в течение определенного периода концентрировалась в первую очередь на экономических вопросах, но по мере обострения положения с беженцами в ФРГ и других странах Европейского союза стала стремительно набирать популярность, выступая с резкой критикой миграционной политики. В настоящее время АдГ активно выражает свою точку зрения по проблемам занятости, положения промышленности, эффективности немецких предприятий, т.е. таким, которые напрямую затрагивают наемных работников и, соответственно, членов профсоюзов.

Беатрикс фон Шторх, член парламента и федеральный вице-спикер АдГ, в своем резонансном выступлении в Хемнице (ФРГ), посвященном 1 мая 2019 г., сформулировала обвинения партии в адрес профсоюзов довольно категорично и именно в плоскости проблем «простого рабочего»: «Профсоюзы настолько ослеплены своей левой идеологией, что безучастно наблюдают, как правительство уничтожает рабочие места их сторонников. Где протесты профсоюзов против начисто лишённого смысла энергетического поворота и отказа от использования угля? Против угрозы рабочим местам в автомобильной промышленности и на угольных месторождениях? Против бремени, которое ложится на плечи людей с небольшими доходами из-за роста затрат на электроэнергию?» [6].

Здесь, как и во многих других случаях мы отмечаем, что критика представителей АдГ нацелена не только на сами объединения работников, но и на ассоциируемые с ними левые партии и левую (в т.ч. социал-демократическую) идеологию, подтверждения чему еще будут приведены ниже.

Отмечая усилия АдГ по завоеванию «профсоюзного» электората, необходимо рассмотреть вопрос и с другой стороны. Следует признать, что класс

наемных работников к моменту выхода АдГ на политическую сцену оказались хорошо подготовленным к восприятию «правой» идеологии. При этом, по мнению ряда исследователей, рассматриваемая проблема существовала и ранее, но сегодня получила новое звучание.

Вольфганг Шредер, политолог и профессор Кассельского университета, утверждает: «Крайне правый потенциал в профсоюзах существовал всегда, и это не сильно изменилось». Новым по мнению ученого является то, что правые популисты перенимают риторику левых популистов и «изображают профсоюзный истеблишмент коррумпированным и отстраненным». Это выглядит «совершенно так же, как если бы они вели классовую борьбу за немецких рабочих» [4].

Член правления Фонда Розы Люксембург Рихард Детье и профессор социологии Дитер Зауэр из Мюнхенского института социальных исследований длительное время работают вместе над проблемами внутрикорпоративных отношений, кризисных ситуаций, демократии и солидарности в сфере труда, а также правого популизма. Подводя итоги масштабного десятилетнего исследования, ученые задаются вопросом: достаточно ли для того факта, что члены профсоюзов не застрахованы от крайне правых взглядов, простого общего ответа в стиле: профсоюзы — это всего лишь «зеркало общества»? Ответ исследователей однозначен: в корпоративном и профсоюзном контексте существуют собственные конкретные причины для того, чтобы правые и правопопулистские ориентации получили здесь широкое распространение [7].

На материалах социологических исследований 2011, 2013, 2018 гг. авторы изучают причины правых симпатий среди наемных работников. На различных этапах доминирующее влияние оказывали негативные последствия мирового социально-экономического кризиса для рынка труда, проблемы репрезентации — восприятие государства как «государства других» и, наконец, миграционный кризис [7. С. 159–160]. Последний рассматривается как поворотный пункт в радикализации настроений, катализатор роста «повседневного» расизма [7. С. 161].

Исследователи делают вывод об усилении «режима неуверенности» в среде работников крупных и средних промышленных предприятий, а также занятых в сфере услуг, транспорте, логистике, доставке. У этих людей остается все меньше ощущения стабильности и безопасности, а жизнь превращается в постоянные пертурбации с короткими «спринтами» и постоянной сменой стратегических целей, что в новых реалиях называется «гибкостью». Из этого, по мнению авторов, проистекают страх перед будущим, чувство бессилия, которые способствуют формированию субъективной неудовлетворенности, гнева, отчаяния [7. С. 162]. К негативным факторам для внутреннего климата в трудовых коллективах авторы [7] относят цифровизацию, что ранее стало темой нашего отдельного исследования [1].

Фундаментальную работу по рассматриваемой тематике опубликовал Клаус Дерре — профессор социологии труда, промышленности и экономики

в Университете Фридриха Шиллера в Йене. В своей книге «В очереди. Рабочие и радикальные правые» [8] он обобщает обширный эмпирический материал, над которым он работал на протяжении почти четырех десятилетий.

Название книги, как и используемый К. Дерре термин «глубинная история» (*deep story*) — отсыл к работам американского социолога Арли Хохшильд, которая в 2016 г. опубликовала результаты полевых исследований наемных работников на нефтехимическом предприятии в небольшом провинциальном городе. «В глубинной правой истории», согласно А. Хохшильд, рабочие стоят в длинной очереди у подножия горы, которая для них символизирует американскую мечту, как во время паломничества. Однако предпочтение отдается не им, а лицам с миграционным прошлым, что, по мнению рабочих, незаслуженно и не отражает реальный вклад в общее дело [9].

Анализируя рост симпатий к «правым» К. Дерре, опирается на опросы рабочих предприятий обрабатывающей промышленности, но в его поле зрения попадают также и другие категории наемных работников. Исследователь отмечает «постепенную радикализацию глубинной истории», которая, по его мнению, «начинается в рабочей среде старой Федеративной Республики, связанной с профсоюзами, и получила самостоятельное партийно-политическое выражение с взлетом АдГ как самой сильной оппозиционной партии в Бундестаге» [8. С. 13].

Успех АдГ на выборах 2017 г. К. Дерре называет «популистским восстанием» [8. С. 163]. Проведенные им исследования показали, что «народный национализм» находит поддержку во всех группах населения в Германии, но в большей степени — у рабочих, членов профсоюзов и безработных. При этом отмечается, что активнее за АдГ голосуют мужчины, лица без высшего образования, жители сельских и слаборазвитых районов. Члены профсоюзов в новых федеральных землях активнее поддерживают АдГ, чем жители бывшей ФРГ (на выборах 2017 г. 22 и 14 % соответственно) [8. С. 164].

Растущие правые ориентации в рабочей среде согласно исследованию — это не просто результат разделения на некие культурные метаклассы. Симпатия к правым радикалам возникает из-за того, что левоцентристские партии отвернулись от рабочих и они чувствуют себя брошенными. Наемные работники стали невидимыми для общественности. Корни проблемы, по мнению К. Дерре, в том, что мышление в классовых категориях вышло из моды как в научном, так и в политическом плане. «Демобилизованное классовое общество» является питательной средой, которую радикальные правые используют для переосмысления социально-экономических и культурных разногласий [8. С. 24].

В одном из многочисленных интервью К. Дерре отвечает на вопрос о привлекательности АдГ для рабочих следующим образом: «АдГ делает невидимое видимым. Это ключевой момент. «Альтернатива для Германии» заявляет, что мы вернем вам ваш голос. Это дает работникам ощущение, что они имеют право голоса на публике, что они являются эталоном нормальности. ... И это происходит, когда в вечер выборов проводится анализ доли

голосов АдГ в различных социальных группах, и часть рабочей силы, наконец, снова чувствует это. Она может быть довольна, ее протест стал достоянием общественности, и его больше нельзя игнорировать» [10].

### **Борьба с «правыми» симпатиями: как далеко зайдут профсоюзы?**

Представители немецких профсоюзов со всей серьезностью восприняли опасность распространения правых взглядов в коллективах своих сторонников и на протяжении нескольких последних лет общими усилиями всех отраслевых объединений выступают против АдГ, развернув масштабную агитационную, информационную и разъяснительную кампанию.

Рассмотрим один из важных программных документов Объединения немецких профсоюзов в лице одного из земельных отделений в округе Северный Рейн-Вестфалия: «Аргументы против правого популизма. АдГ в фокусе» [11].

Документ, выдержавший несколько изданий, оформлен в виде 20 карточек, которые отличает тезисность, определенная эмоциональность, наличие в тексте слоганов, лозунгов, а также структурированность и подача материала в виде ответов на конкретные доводы (обвинения, выпады) со стороны АдГ, что позволяет расценивать «Аргументы» как материал для агитационной работы.

Среди вопросов, по которым мнение профсоюзов принципиально не совпадает с позицией АдГ мы видим проблемы европейской интеграции, налоговой, гендерной, образовательной и энергетической политики, отношение к изменению климата.

Профсоюзы ставят в вину АдГ то, что у партии, по их мнению, нет конкретных предложений по структурным изменениям, ею не предлагается альтернатив насущным проблемам настоящего времени. Отмечается, что представители правых последовательно пытаются свести, насколько это возможно, каждый вопрос к теме миграции. В документе постоянно подчеркивается, что правопопулистская аргументация следует упрощенной схеме: сложные факты сводятся к простым образам «друг — враг». В итоге делается вывод о том, что конкретные предлагаемые решения, например, в области экономической и социальной политики, не являются целью партии, и она пытается завоевать популярность исключительно путем распространения своего «расистского мировоззрения».

Прямые обвинения в адрес АдГ в ксенофобии, расизме, антисемитизме, разжигании межнациональной вражды вообще проходят красной нитью через весь документ. Таким образом, складывается впечатление, что авторы стремятся подчеркнуть маргинальность АдГ и фактически лишить ее возможности и морального права на дискуссию в публичном пространстве.

В документе ярко проявляется сущность профсоюзов как политических акторов. «Профсоюзы стоят вне партий, но не вне политики», — отмечают авторы текста. Но если с последним утверждением можно согласиться полностью, то с первым — лишь отчасти. Такой вывод можно сделать на том

основании, что профсоюзы отвечают АдГ на некоторые нападки в адрес Социал-демократической партии Германии так, как если бы они были адресованы им самим, и, таким образом, полностью ассоциируют себя с этой политической силой. Так, авторы документа остро реагируют на выпады АдГ, когда спикеры партии называют представительницу СДПГ Савсан Чебли «говорящей куклой, которая имеет строгую квоту на публичную болтовню», или утверждают, что партия СДПГ является «умирающей», и в довольно эмоциональной манере опровергают эти и подобные им заявления.

Другие профсоюзные объединения также внесли свой существенный вклад в критику АдГ, фактически сделав эту тему одной из главных в своей повестке. Баварский филиал Объединения немецких профсоюзов призвал в преддверие выборов в ландтаг 8 октября 2023 г. «к объединению всех демократических сил против АдГ». Мы видим, что постепенно борьба против АдГ была возведена на уровень отстаивания самих основ демократического государства [12].

В феврале 2024 г. в г. Штутгарт (земля Баден-Вюртемберг) состоялась крупнейшая встреча представителей профсоюзов и предпринимателей под патронажем федерального президента Франк-Вальтера Штайнмайера, посвященная принятию совместного заявления против АдГ и праворадикальной идеологии. В нем, в частности, говорится: «Более трети населения земли Баден-Вюртемберг имеет миграционное прошлое. ... Само собой разумеется, что это разнообразие отражается и на трудовых коллективах. Это важный фактор успеха для наших компаний. Разнообразие — наша сильная сторона. Мы не наблюдаем пассивно, как подрывается культура общения, но решительно выступаем против любых форм расизма, религиозной дискриминации и, в особенности, антисемитизма». Знаковые для немецкой промышленности фигуры активно поддержали общую позицию, дополнив ее яркими деталями. Генеральный директор Mercedes Ола Келлениус заявила, что без сотрудников-иммигрантов в ее концерне «вряд ли был бы разработан S-класс». И далее: «Разнообразие имеет важное значение для нашего бизнеса, чтобы понимать наших клиентов по всему миру, наша компания должна отражать это разнообразие. Тот, кто работает рука об руку, также может жить дверь к двери» [13].

Мы видим, что на борьбу с идеологическим противником — АдГ — профсоюзы бросили все силы и получили значительную дополнительную поддержку со стороны государства и бизнеса. Следует, однако, констатировать, что проведенная тред-юнионами колоссальная пропагандистская и агитационная работа не позволила снять проблему правых симпатий в рядах своих членов, и это вынуждает руководство практически всех отраслевых организаций во главе с «зонтичным» DGB — Немецкого объединения профсоюзов — идти на крайние меры, когда вопрос, возможно, будет сформулирован предельно четко: или профсоюз, или АдГ.

Здесь следует подробнее рассмотреть такой уже ставший традиционным для немецкой политической жизни институт, как решения о несовместимости

(Unvereinbarkeitsbeschluss), который понимается как положения партий, ассоциаций и объединений, в соответствии с которыми одновременное членство в этой организации несовместимо с членством в другой, конкретно обозначенной организации, и является препятствием для приема или основанием для исключения.

Подобные решения уходят корнями в 1950-е гг., когда в разгар холодной войны профсоюзы исключили из своих рядов сотни коммунистов. В 1970-е гг. многие молодые люди в ФРГ, находясь в поиске политических альтернатив, активно присоединялись к Немецкой коммунистической партии и многочисленным новым левым группировкам (К-группам), которые в то время только зарождались. Затем они стали баллотироваться на выборах в производственные советы в промышленности по отдельным спискам — против профсоюзов DGB — Немецкого объединения профсоюзов, и в Западном Берлине, Гамбурге, Кельне, Киле, Бремене и Рурской области такой подход позволил им добиться значительных успехов на некоторых крупных предприятиях. Тогда профсоюзы металлургов и печатников расценили это как поведение, наносящее ущерб, и весной 1973 г. приняли решения о несовместимости в отношении соответствующих организаций. Профсоюз GEW (образование и наука) под руководством Эриха Фристера попытался идти другим путем и пропагандировал «активную толерантность» — агитационную работу с теми своими членами, которые примкнули к К-группам. Однако, под сильным давлением Немецкого объединения профсоюзов была введена практика решений о несовместимости и с 1975 г. почти 300 членов профсоюза GEW, преимущественно молодежь 20–35 лет, были исключены из организации. Решения вызвали неприятие даже со стороны членов, которые критически относились к К-группам. Возмущение было вызвано тем, что для разрешения конфликта был выбран административный, а не политический путь. В итоге это привело к тому, что в конце 1970-х гг. GEW отказалась от практики исключения, а впоследствии назвала решения об исключениях ошибкой и полностью пересмотрела позицию по данному вопросу [14].

Объединенный профсоюз работников сферы услуг ver.di также критически переосмысливает свое прошлое. Федеральный конгресс организации в сентябре 2023 г. призвал проработать вопрос о последствиях исключения коллег из профсоюзов, правопреемником которых он является (профсоюзов работников торгового, банковского и страхового сектора, сотрудников почты и других) [14].

В то же время, в Индустриальном профсоюзе металлистов IG Metall все еще действуют постановления о несовместимости 1970-х гг. в отношении ряда «левых» политических организаций.

Рассмотрение истории данного вопроса позволяет понять, насколько радикальной и чрезвычайно спорной является указанная мера воздействия на членов тред-юнионов. Однако, несмотря на столь проблемный

исторический контекст, решения о несовместимости вновь становятся реальностью современной политической жизни ФРГ.

1 апреля 2019 г. профсоюз железнодорожной и транспортной отрасли (EVG) первым принял решение о несовместимости. Председатель профсоюза Александр Кирхнер и федеральный исполнительный совет заявили, что цели АдГ и других правых популистских или крайне правых партий и группировок несовместимы с позициями и целями профсоюза. В отношении двух профсоюзных деятелей, которые одновременно являлись членами АдГ, была инициирована процедура исключения [15].

В марте 2021 г. стало известно, что крупнейший профсоюз полиции (GdP) сообщил о недопустимости пребывания в своих рядах членов АдГ. В официальном заявлении было отмечено, что организация просит тех своих членов, которые состоят в АдГ, признают, поддерживают или симпатизируют партии, выйти из профсоюзного сообщества [16, 17].

Другие профсоюзы пока только обсуждают возможность подобных шагов, но ведут себя менее решительно. С одной стороны, есть большие опасения потерпеть неудачу в суде в случае, если исключение будет оспорено. По мнению профсоюзных лидеров, это только сыграет на руку АдГ, которая может таким образом «обрести статус мученика». Еще более серьезные угрозы сдерживают профсоюз IG Metall, который считает, что из-за решения о несовместимости может потерять значительную часть членства в Восточной Германии, где популярность АдГ столь высока, что партия набирает до трети голосов избирателей [18].

## Заключение

Таким образом, мы видим, что в борьбе с правым оппонентом тред-юнионы ФРГ уже готовы идти на крайние меры, однако даже эти шаги способны сильно ударить по самим профсоюзам, что ставит их в крайне затруднительное положение.

Несмотря на то, что схватка между партией АдГ и немецкими профсоюзами продолжается, в ней уже все яснее виден проигравший, и это именно профсоюзы.

Пропустив политический «удар справа» от АдГ, профсоюзы с самого начала утратили инициативу и заняли положение защищаемой стороны. Они допустили, что на традиционно принадлежащее им идеологическое поле, на котором исторически господствовали социал-демократы и в несколько меньшей степени — консерваторы, стремительно вторглись крайне правые, завоевав умы и голоса на выборах десятой части членов немецких профессиональных объединений. Выступая единым фронтом против АдГ и проводя одну из наиболее массированных информационных кампаний за последние несколько десятилетий, профсоюзы не смогли, тем не менее, в полной мере противостоять идейной эрозии среди своих членов. Ввиду этого обстоятельства отдельные профсоюзы уже пошли на крайние меры

в виде прямых запретов для своих сторонников на параллельное членство в АДГ, а другие активно обсуждают возможность такого шага. Очевидно, что часть из тех, против кого эта санкция направлена, могут сделать выбор не в пользу профсоюзов. В этом случае к уже понесенным немецкими тред-юнионами репутационным издержкам добавятся еще и кадровые, и политический нокдаун может быть засчитан.

### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Гришин О.Е., Канушкин А.В. Цифровая трансформация экономики как социально-политический вызов для немецких профсоюзов // PolitBook. 2023. № 2. С. 107–119.
2. Dribbusch H., Birke P. *Gewerkschaften in Deutschland. Herausforderungen in Zeiten des Umbruchs*. Berlin: Friedrich-Ebert-Stiftung, Internationale Politikanalyse; April 2019. 41 s.
3. Bundestagswahl 2021: So haben Gewerkschafter\*innen gewählt. URL: <https://www.dgb.de/aktuelles/news/bundestagswahl-2021-so-haben-gewerkschafterinnen-gewaehlt/> (accessed: 17.04.2024)
4. Ritzer U. Viele Gewerkschafter wählen die AfD. *FAZ*. 12.11.2018. URL: <https://www.sueddeutsche.de/wirtschaft/afd-bayern-gewerkschaften-1.4206091> (accessed: 22.04.2024)
5. Brandner S. Gewerkschaften vertreten Interessen der Arbeiter nicht mehr. Presseportal. 19.10.2023. URL: <https://www.presseportal.de/pm/110332/5629996> (accessed: 28.04.2024)
6. Von Storch B. Meine Rede in Chemnitz zum 1 Mai. URL: <https://beatrixvonstorch.de/2019/05/03/meine-rede-in-chemnitz-zum-1-mai> (accessed: 20.04.2024).
7. Sauer D, Detje R. Rechtspopulismus im Betrieb — Erscheinungsformen, Hintergründe, politischer Umgang. *WSI-Mitteilungen*. 2019;72 (3):159–167. <https://doi.org/10.5771/0342-300X-2019-3-159>
8. Dörre K. *In der Warteschlange. Arbeiter\*innen und die radikale Rechte*. Münster: Verlag Westfälisches Dampfboot; 2020.
9. Hochschild AR. *Strangers in their own land: Anger and mourning on the american right*. The New Press. 2016.
10. Monath H. Arbeiter und die radikale Rechte: “Die AfD macht die Unsichtbaren sichtbar“. *Tagesspiegel*. 05.12.2020. URL: <https://www.tagesspiegel.de/politik/die-afd-macht-die-unsichtbaren-sichtbar-6861760.html> (accessed: 14.04.2024)
11. Argumentationskarten gegen Rechtspopulismus. III Auflage. DGB NRW. URL: <https://nrw.dgb.de/archiv/++co++122fcbd8-d652-11ea-a3c1-001a4a16011a> (accessed: 06.04.2024)
12. Streitzeit: Klare Kante gegen rechts — Höchste Zeit, für die Demokratie zu streiten! *DGB Bayern*. 03.07.2023. URL: <https://bayern.dgb.de/themen/++co++21cad03e-198d-11ee-a267-001a4a160123> (accessed: 19.04.2024)
13. Soldt R. In seltener Eintracht: Unternehmer und Gewerkschaften positionieren sich gegen die AfD. *FAZ*. 26.02.2024. URL: <https://www.faz.net/aktuell/politik/unternehmer-und-gewerkschaften-positionieren-sich-gegen-die-afd-19547359.html> (accessed: 17.04.2024).
14. Bois M, Jaeger A. *Fatale Eigendynamik. Die Unvereinbarkeitsbeschlüsse der GEW in den 1970er-Jahren*. URL: <https://www.rosalux.de/dossiers/der-radikalenbeschluss-wird-50/news/id/45684/fatale-eigendynamik> (accessed: 11.04.2024)
15. Jamal J. Erste Gewerkschaft führt Unvereinbarkeitsbeschluss mit AfD ein. *Diefreiheitsliebe*. 18.04.2019. URL: <https://diefreiheitsliebe.de/politik/erste-gewerkschaft-fuehrt-unvereinbarkeitsbeschluss-mit-afd-ein/> (accessed: 02.04.2024)
16. Auel J. Gewerkschaft der Polizei will keine AfD-Mitglieder in ihren Reihen. *Sueddeutsche*. 12.03.2021. URL: <https://www.sueddeutsche.de/politik/polizei-gewerkschaft-afd-1.5233255> (accessed: 06.04.2024)
17. Schilff D. *Gewerkschaft der Polizei zur AfD. Wer unser Zusammenleben in Frage stellt oder angreift, ist bei der GdP unerwünscht*. URL: <https://www.gdp.de/bund/de/media/positionspapiere/demokratie-schuetzen> (accessed: 08.04.2024)

18. Specht F. Die AfD — Freund oder Feind der Arbeiter? *Handelsblatt*. 01.12.2023. URL: <https://www.handelsblatt.com/politik/deutschland/gewerkschaften-die-afd-freund-oder-feind-der-arbeiter/100001821.html> (accessed: 08.04.2024)

**Информация об авторах:**

*Гришин Олег Евгеньевич* — кандидат политических наук, доцент кафедры публичной политики и истории государства и права юридического института, Российский университет дружбы народов, 117198, Россия, Москва, ул. Миклухо-Маклая, д. 6 (ORCID ID: 0000-0002-0669-1012) (e-mail: [grishin\\_oe@pfur.ru](mailto:grishin_oe@pfur.ru)).

*Канушкин Александр Викторович* — заместитель директора Института русского языка, Российский университет дружбы народов, 117198, Россия, Москва, ул. Миклухо-Маклая, д. 6 (e-mail: [kanushkin\\_av@pfur.ru](mailto:kanushkin_av@pfur.ru)).