

Международный издательский центр  
ЭТНОСОЦИУМ

# ЭТНОСОЦИУМ

## и межнациональная культура

№ 4 (106)

Решением Президиума ВАК Министерства образования и науки России журнал «Этносоциум и межнациональная культура» включен в перечень ведущих рецензируемых научных журналов и изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученой степени доктора и кандидата наук

*Этносоциум (многонациональное общество) – это политика, экономика и право.*

Миссия журнала – поддержка и развитие культуры научных исследований в сфере политики, политологии, экономики и права, в том числе посредством распространения знаний в области разработки стратегий инновационного развития, а также создание профессионального форума обсуждения тенденций и политики в сфере науки, технологий и инноваций.

Москва  
Этносоциум 2017

## **СОВЕТ ПО МЕЖНАЦИОНАЛЬНЫМ ОТНОШЕНИЯМ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РФ**

- Нечипоренко В.С., Рябова Е.Л.* Очередные задачи государственной молодежной политики: «рыбка» в сети.....9
- Сулейманов А.Р.* Российская нация: историческая преемственность и новые политические сюжеты.....19

## **ПОЛИТИКА, ЭКОНОМИКА, ПРАВО: АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА**

- Пономаренко Б.Т.* Влияние социальных факторов на эффективность государственной гражданской службы.....26
- Пономарева Г.М.* Социальные технологии в работе с молодёжью: социально-антропологический аспект.....32
- Евтеев К.И.* Правовая природа субсидиарной ответственности контролирующих должника лиц при банкротстве.....50
- Мурашко С.Ф., Кротова А.Н., Косырева М.С.* Технологии глобальной коммуникации в социальных медиа.....58
- Пелевин А.В., Ловецкий Г.И.* Основные философские подходы к сущности религиозно-философской.....63
- Лошкарёв И.Д.* Эволюция понятия «диаспора» в политической науке...70

## **ПОЛИТИКА, ЭКОНОМИКА, ПРАВО: РЕГИОНАЛЬНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ**

- Дзущев Х.В., Хетагурова Л.Т.* Общественное мнение о появлении новых религий в республиках Северо-Кавказского федерального округа Российской Федерации.....80
- Сат Алия В.* Политическая культура как фактор электорального поведения граждан Республики Тыва.....98
- Соловьёв А.Ю., Колесникова Н.А.* Анализ понятия «гражданское общество» в работах отечественных исследователей.....106

## **МЕЖДУНАРОДНЫЕ ОТНОШЕНИЯ: ПОЛИТИКА, ЭКОНОМИКА, ПРАВО**

**Сулейманова Ш.С., Рябова Е.Л.**

Информационное обеспечение государственной  
политики России в условиях экономических санкций.....119

**Ли Эрюн** Традиции исполнения

камерно-вокальной музыки Китая.....134

**Соколовский К.Г.** Диалог конфессий

в Республике Казахстан: отправные точки, проблемы, перспективы....138

**Судоплатова О.И.** Анализ изучения

понятий «риск» и «неопределенность» в работах  
Ф. Найта, Дж. Кейнса, Н. Лумана, У. Бека и Э. Гидденса.....144

**Юсеф Д.А. Нассасра** Двусторонние отношения

России с арабскими странами как фактор  
геополитических изменений на Ближнем Востоке.....154

**Багаева А.В.** Применение деловых игр

в преподавании социологии международных  
отношений: социальные и геополитические предпосылки.....164

**Бакуля И.Ю.** Ретроспективный анализ

торгово-экономических отношений России и ЮАР.....172

## **РЕЦЕНЗИЯ**

**Ким А.С., Михайлова Н.В.** «Институционализация

этномиграционной политики и стратегии адаптации  
трудовых мигрантов (на примере Дальнего Востока России)»,  
подготовленную Пономаренко Т.В. и Довгополовым Е.Ю.....177

**Аннотации**.....179

**Авторы**.....189

**Требования к материалам, представляемым в международное  
издательство «Этносоциум»**.....193

**Мурашко С.Ф.**

*Кандидат психологических наук,  
доцент, профессор кафедры русского и иностранных языков  
Московской академии Следственного комитета Российской Федерации.*

**Кротова А.Н.**

*Магистрант Российской академии народного хозяйства  
и государственной службы при Президенте Российской Федерации.*

**Косырева М.С.**

*Кандидат филологических наук,  
кафедра русского и иностранных языков  
Московской академии Следственного комитета Российской Федерации.*

## **Технологии глобальной коммуникации в социальных медиа**

Глобальная социально-политическая коммуникация как специфический вид общественно-политических отношений, регулирующий формирование и распространение общественно-политических идей, прямо или косвенно оказывающих влияние на содержание и характер разнообразных социально-политических процессов, обладает имманентной конфликтогенностью. В эпоху глобальной коммуникации информация превратилась в инструмент внутри- и внешнеполитической борьбы. Благополучие, внешняя и внутренняя безопасность государства зависят от множества факторов, среди которых одним из основополагающих выступает устойчивость институционального взаимодействия общества и государства. При этом формирование эффективного институционального диалога в сфере коммуникации государства и общества возможно сегодня лишь с использованием современного технологического инструментария. К таковым, безусловно, относятся социальные медиа — платформы социальных сетей.

Пульсирующее развитие глобализации во многом основано на развитии средств интенсивной международной коммуникации и новых каналов передачи информации. Они позволяют интерпретировать информацию о международных политических процессах с той позиции, которой придерживается то или иное медиасообщество. Через соци-

альные медиа, функционирующие на таких платформах, как Twitter, Facebook, LinkedIn, ВКонтакте, — можно не только оперативно удовлетворять коммуникативные потребности общественности, но и осуществлять эффективное институциональное взаимодействие. Государственные институты должны рассматривать данные возможности взаимодействия с общественными институтами в широком спектре перспективных направлений.

Прежде всего, следует отметить важность целенаправленной и систематической репутационной работы, связанной с формированием и поддержанием имиджа государственных институтов в различных группах общественности. Позиционирование интересов и ценностей государства в глобальной коммуникации социальных медиа возможно на основе использования системы институциональных и персональных брендов<sup>1</sup>. Бренды не статичны и естественно с течением времени модернизируются<sup>2</sup>. Поэтому принципиально важна способность коммуникационной политики в социальных медиа к адаптации в ситуации изменения потребностей общества при стабильности ценностей государства. Репрезентативный бренд в сочетании с четко сформулированной программой социальной деятельности является мощным инструментом институциональной коммуникации.

Возможной проблемой в реализации коммуникационной политики на уровне регионального органа государственной власти является относительно недостаточная разработанность региональных репутационных программ по сравнению с федеральными. В данном случае следует использовать федеральные модели и программы взаимодействия в социальных медиа, однако осуществлять их реализацию на основе регионального бренда. Это позволит каждому региону, с одной стороны, использовать хорошую хорошо проработанную технологическую базу, с другой стороны, обладать определенной степенью самостоятельности в эксплуатации коммуникационных моделей и управлении социальными каналами, оставаясь в рамках общей стратегии позиционирования бренда (желательно – уникального, связанного с региональной идентичностью). При этом важно понимать специфику количественного и качественного наполнения целевых аудиторий социальных медиа, на платформе которых реализуется репутационная программа, и дифференцированно подходить к взаимодействию в разных медиа-пространствах.

1 См.: Мурашко С.Ф., Богословская В.Р., Кротова А.Н. Понятие «человек-бренд»: структура и развитие // Альманах «Казачество». — 2016. — № 20. — С. 32-38.

2 См.: Canady, E. Social Media: Harnessing The Power Of Global Conversation / Eileen Canady // Forbes. Jan 30, 2017.

Второе направление — реализация глобальной программы в социальных медиа. Поскольку социальные медиа – это первая линия коммуникации любого бренда<sup>3</sup>, его авангард, влияние социальных медиа начинается с выявления лиц, определяющих коммуникационную политику конкретных социальных медиа. Такие лидеры мнений выявляются на основе различных факторов, включая набор коммуникативных навыков, возможности институционального сотрудничества, существующий опыт в социальных медиа. Опираясь на лидеров мнений как на своеобразный фундамент, необходимо донести до социальных групп специфику бренда и рекомендации по его использованию. Это может сделать группа специально подготовленных сотрудников – увлеченных людей, которые могут не только контролировать, но и активно взаимодействовать с каналами социальных медиа.

Социальные медиа сегодня являются наиболее перспективным инструментом глобальной коммуникации, помогающим донести до беспрецедентно большого количества людей самые интересные и самые смелые идеи и мнения. Но совсем не обязательно — истинные и конструктивные. Социальные медиа являются менее предсказуемым каналом передачи информации, чем традиционные каналы. Ложные и деструктивные идеи и мнения распространяются по этим каналам с меньшей скоростью, а то и с большей — по «принципу Шапокляк»: <sup>4</sup> «Хорошими делами прославиться нельзя...». Это тем более опасно, что успешные социальные медиа не только следуют тенденциям, но и задают их. В результате мы можем говорить о появлении дополнительных инструментов и технологий формирования политической реальности, существенно искажающих объективную действительность.

Учитывая экстерриториальный характер современных сетевых технологий, коммуникационные процессы, связанные с трансляцией в массовое сознание манипулятивного контента, не имеют территориально-пространственных ограничений, позволяя инициаторам манипулятивных проектов влиять на сознание населения большинства стран, в том числе и с целями дестабилизации существующих политических режимов.

При этом широкие возможности внешнего влияния на национальные сегменты онлайн-пространства ставят новые вызовы в сфере обеспечения информационной безопасности современных политических режи-

---

3 См.: Canady, E. Social Media: Harnessing The Power Of Global Conversation / Eileen Canady // Forbes. Jan 30, 2017.

4 См.: Долгенко, А.Н. Золотое правило имиджологии / А.Н. Долгенко // Меняющаяся коммуникация в меняющемся мире – 2: сб. статей / отв. ред. Г.Г. Слышкин. – Т. 1. – Волгоград: Изд-во ФГОУ ВПО ВАГС, 2008. – С. 100-101.

мов, которые могут оказаться беззащитными перед угрозой разрушения традиционных ценностно-смысловых пространств, на которых базируется функционирование общества. Интернет уже не является лишь открытой и безопасной средой, обеспечивающей базовую потребность человека в коммуникации, он стал аренной информационного противоборства ведущих технологически развитых держав за право контролировать сознание миллиардов интернет-пользователей и определять их ценностно-смысловые поведенческие модели.

Недооценка степени риска и потенциальных угроз, связанных с внедрением прогрессивных информационно-коммуникационных технологий и развитием Интернета как глобального пространства социально-политической коммуникации, может существенным образом влиять на уровень защищенности современного государства в сфере информационной безопасности в аспекте сохранения стабильности суверенного политического режима и собственных территорий.

Особенностью функционирования социальных медиа в России является то обстоятельство, что социальные сети представляют собой площадку, которая позволяет формировать определенную гражданскую активность, однако полноценного политического диалога с использованием данного инструмента социально-политической коммуникации пока не происходит<sup>5</sup>.

С течением времени в сети Интернет появляются все новые способы получения информации. Для сохранения социально-политической стабильности институты государства должны вести активную работу на площадках Интернета, чтобы, если не управлять, то хотя бы контролировать настроения в обществе. Однако на сегодняшний день далеко не все готовы к такой работе. С одной стороны, в Интернете, с его высокой степенью децентрализации и креативности, не работают привычные схемы взаимодействия со средствами массовой информации, с другой стороны, большинство политиков не всегда верное представление об особенностях работы с целевыми аудиториями в сети Интернет.

На наш взгляд, сложившаяся ситуация вредит как обществу, так и государству, препятствуя осуществлению полноценного диалога между ними. Это может привести серьезным последствиям, о чем говорят по-

---

<sup>5</sup> См., напр.: Мурашко, С.Ф., Богословская, В.Р., Кротова, А.Н. Механизмы и инструменты социально-политической коммуникации в начале XXI века / С.Ф. Мурашко, В.Р. Богословская, А.Н. Кротова // Этносоциум и межнациональная культура. — 2017. — № 1 (103). — С. 83-86; Мурашко, С.Ф., Державина, Е.И., Кротова, А.Н. Проблемы взаимодействия общества и государства в социально-политической коммуникации / С.Ф.Мурашко, Е.И.Державина, А.Н.Кротова // Этносоциум и межнациональная культура. — 2017. — № 2. — (104). — С. 130-135.

следствия «арабской весны» и «украинской весны». Более того, схема взаимодействия государства и общества и с использованием традиционных СМИ в настоящее время нуждается в реконструкции. Последние должны выступать в качестве основы построения конструктивного диалога между властью и обществом, а не просто реализовывать политику власти или групп влияния.

Подводя итог, отметим, что политический потенциал интернет-коммуникации еще не до конца освоен. Однако несомненно то, что социально-политическая коммуникация в глобальном интернет-пространстве должна совершенствоваться и развиваться по пути гармонизации интересов государственных и общественных институтов.

### Список литературы:

1. Долгенко, А.Н. Золотое правило имиджологии / А.Н. Долгенко // Меняющаяся коммуникация в меняющемся мире – 2: сб. статей / отв. ред. Г.Г. Слышкин. – Т. 1. – Волгоград: Изд-во ФГОУ ВПО ВАГС, 2008. – С. 100-101.
2. Мурашко, С.Ф., Богословская, В.Р., Кротова, А.Н. Механизмы и инструменты социально-политической коммуникации в начале XXI века / С.Ф. Мурашко, В.Р. Богословская, А.Н. Кротова // Этносоциум и межнациональная культура. — 2017. — № 1 (103). — С. 83-86.
3. Мурашко, С.Ф., Богословская, В.Р., Кротова, А.Н. Понятие «человек-бренд»: структура и развитие / С.Ф.Мурашко, В.Р.Богословская, А.Н. Кротова // Альманах «Казачество». — 2016. — № 20. — С. 32-38.
4. Мурашко, С.Ф., Державина, Е.И., Кротова, А.Н. Проблемы взаимодействия общества и государства в социально-политической коммуникации / С.Ф.Мурашко, Е.И.Державина, А.Н.Кротова // Этносоциум и межнациональная культура. — 2017. — № 2. — (104). — С. 130-135.
5. Canady, E. Social Media: Harnessing The Power Of Global Conversation / Eileen Canady // Forbes. Jan 30, 2017.
6. Фотина Л.В., Чапкин Н.С. Велика ли численность государственных чиновников в Российской Федерации? // Этносоциум и межнациональная культура. 2017. № 1 (103). С. 45 – 51.
7. Рябова Е.Л., Нечипоренко В.С. Политическое лидерство как ресурс эффективного государственного управления СМИ // Этносоциум и межнациональная культура. 2017. № 1 (103). С. 9 – 18.
8. Радченко А.Ф. Инновационная самозанятость как форма эволюционного направления государственной молодежной политики // Этносоциум и межнациональная культура. 2017. № 3 (105). С. 42 – 50.
9. Рыбаков С.В. Туристический имидж Армении в свете ее культурно-исторических особенностей // Этносоциум и межнациональная культура. 2017. № 2 (104). С. 122 – 129.

### Bibliography

1. Dolgenko A.N. The Golden Rule of Imidology. Dolgenko // Changing Communication in a Changing World - 2: Sat. Articles / отв. Ed. G.G. Slyshkin. - Vol. 1. Volgograd: Publishing house of the Federal State Educational Institution of Higher Professional Education of the Republic of Ingushetia WAGS, 2008. - P. 100-101.
2. Murashko S.F., Bogoslovskaya V.R., Krotova A.N. Mechanisms and tools of social and political communication in the beginning of the XXI century / S.F. Murashko, V.R. Bogoslovskaya, A.N. Krotova // Ethnology and interethnic culture. - 2017. - No. 1 (103). - P. 83-86.
3. Murashko S.F., Bogoslovskaya V.R., Krotova A.N. The concept of "man-brand": structure and development / S.F. Murashko, V.R. Bogoslovskaya, A.N. Krotova // Almanac "The Cossacks". - 2016. - No. 20. - P. 32-38.
4. Murashko S.F., Derzhavin E.I., Krotova A.N. Problems of interaction between society and the state in socio-political communication / S.Murashko, E.I. Derzhavin, A.Krotova // Ethnology and interethnic culture. - 2017. - No. 2. - (104). - P. 130-135.
5. Canady, E. Social Media: Harnessing The Power Of Global Conversation / Eileen Canady // Forbes. Jan. 30, 2017.
6. Fotina L.V., Chapkin N.S. Is the amount of civil servants great in Russia? // Etnosotsium and international culture. 2017. № 1 (103). p. 45 – 51.
7. Ryabova E.L., Nechiporenko V.S. Political leadership as a resource of good governance // Etnosotsium and international culture. 2017. № 1 (103). p. 9 – 18.
8. Radchenko A.F. Innovativ self-employment as a form of evolutionary direction of state youth policy // Etnosotsium and international culture. 2017. № 3 (105). p. 42 – 50.
9. Rybakov S.V. Armenia's touristic image in view of its cultural and historical peculiarities // Etnosotsium and international culture. 2017. № 2 (104). p. 122 – 129.