

И.Е. Майоров

I. Mayorov

ФОРМИРОВАНИЕ ПОЛИТИЧЕСКОГО ИМИДЖА РОССИИ ЧЕРЕЗ СТУДЕНТОВ РКИ В ГЕРМАНИИ: ВЫЗОВЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

FORMATION OF RUSSIA'S POLITICAL IMAGE THROUGH RUSSIAN FAMILY STUDENTS IN GERMANY: CHALLENGES AND PROSPECTS

Аннотация

Статья посвящена анализу мотивации и перспектив карьерного устройства студентов, изучающих русский язык как иностранный в Германии, с акцентом на их роль в формировании политического имиджа современной России.

Цель статьи – комплексный анализ специфики мотивации студентов РКИ в Германии как целевой аудитории формирования позитивно маркированного политического имиджа России.

Исследование проводилось при помощи анализа вторичных статистических данных, опубликованных в открытых источниках. Использовались элементы контент-анализа, сравнительно-сопоставительный анализ, качественный и количественный анализ, обобщение. Учитывались данные, полученные в ходе интервью с преподавателями и студентами кафедр русистики или славистики в России и в университетах Германии. В качестве контрольной группы выступали учащиеся из Китая, также изучающие русский язык. Всего в опросе приняло участие около 800 человек.

Рассмотрены тенденции и вызовы, связанные с изменением международных отношений и академического сотрудничества после 2019 и 2022 гг. Представлены основные факторы, влияющие на восприятие России в Германии, специфика восприятия ее имиджа немецкими студентами-русистами, когнитивно-культурологические особенности скриптов имиджевого маркетинга. Предпринята попытка оценивания потенциала эффективности и ограничений в использовании различных инструментов формирования позитивного имиджа нашей страны за рубежом в современных культурно-политических реалиях.

Abstract

The article is devoted to the analysis of motivation and career prospects of students studying Russian as a foreign language in Germany, with an emphasis on their role in shaping the political image of modern Russia.

The aim of the article is a comprehensive analysis of the specifics of the motivation of RFL students in Germany as a target audience for the formation of a positively marked political image of Russia.

Methods. The study was conducted using the analysis of secondary statistical data published in open sources. Elements of content analysis, comparative analysis, qualitative and quantitative analysis, and generalization were used. The data obtained during interviews with teachers and students of Russian or Slavic studies departments in Russia and at German universities were taken into account. Students from China, also studying Russian, served as a control group. A total of about 800 people took part in the survey.

The article considers trends and challenges associated with changes in international relations and academic cooperation after 2019 and 2022. The article presents the main factors influencing the perception of Russia in Germany, the specifics of the perception of its image by German students specializing in Russian, and the cognitive and cultural features of image marketing scripts. An attempt has been made to assess the potential for effectiveness and limitations in the use of various tools for forming a positive image of our country abroad in modern cultural and political realities.

Three groups of motives for studying Russian in modern conditions, identified by German-speaking students (academic, ca-

Выделены три группы мотивов изучения русского языка в современных условиях, обозначенных немецкоговорящими студентами (академические, карьерные, личностные), а также шесть групп факторов, влияющих на отношение к концепту «русское» и на восприятие России в целом – геополитические, исторические, прагматические, языковые, методологические, фрейминг-факторы.

reer, personal), as well as six groups of factors influencing the attitude to the concept of "Russian" and the perception of Russia as a whole - geopolitical, historical, pragmatic, linguistic, methodological, framing factors.

Ключевые слова:

политический имидж, эффективный имидж, имидж-моделирование, концепт «русское государство», студенты, академические контакты.

Key words:

political image, effective image, image modeling, concept "Russian state", student, academic contacts.

<https://doi.org/10.24412/2227-1538-2025-2-109-133>

В современном мире, характеризующемся глобальной взаимосвязанностью, медийной открытостью, плюрализмом общественных мнений и интенсивными информационными потоками, формирование позитивного имиджа государства за рубежом является задачей не только политической, но и социально-культурной, лингвокогнитивной и психогерменевтической.

В контексте российско-германских отношений одной из ключевых целевых аудиторий для реализации этой задачи выступают студенты, изучающие русский язык как иностранный (РКИ) в Европе вообще и Германии в частности. Западный фронт претерпел изменение в 2022-2025 гг. и требует приложения наибольших усилий в плане укрепления позиций нашего государства. Общеизвестно, что антироссийские нарративы в Германии получают все большее распространение не только в сфере политико-экономических отношений. Между тем немецкоязычная студенческая аудитория представляет собой уникальную площадку для трансляции культурных и политических ценностей РФ, поскольку студенты РКИ, как правило, проявляют повышенный интерес к России, её истории, культуре и текущим событиям, а также зачастую максимально лояльны в отношении концепта «русское». Мотивация немецких студентов к изучению языка связана с желанием глубже понять российскую действительность, а также давними научно-языковыми и социально-культурными контактами академических сообществ двух стран, что делает эту аудиторию наиболее восприимчивой к информации, формирующей представление о нашей стране.

Целенаправленное влияние на восприятие студентами РКИ имиджа России, российской истории, русского образа жизни может осуществляться через различные каналы: образовательные программы, культурные меро-

приятия, научные конференции, а также посредством прямого общения с представителями российской академической и культурной элиты. Эффективность этих каналов определяется не только качеством предоставляемой информации, но и её соответствием интересам и потребностям целевой аудитории, ее готовности воспринимать общественно-культурные паттерны и русские когнитивные скрипты.

Цель статьи – комплексный анализ специфики студентов РКИ в Германии как целевой аудитории формирования позитивно маркированного политического имиджа современной России, аудитории, которая несмотря на массовость общеевропейского негативного контекста в отношении России все же способна воспринимать позитивные имиджевые фреймы в силу ряда культурно-исторических причин. Для решения поставленной цели предлагается решить следующие задачи: представить основные факторы, влияющие на восприятие России в одной из стран Западной Европы, опираясь на специфику восприятия ее немецкими студентами-русистами и когнитивно-культурологические особенности скриптов «продвижения»; также предпринята попытка оценивания потенциала эффективности и ограничений в использовании различных инструментов формирования позитивного имиджа нашей страны за рубежом в современных культурно-политических реалиях. Объект исследования – политический имидж России за рубежом. Предмет исследования – отношение немецкоговорящих студентов, изучающих русский язык как иностранный, к политическому имиджу современной России.

В начале настоящего раздела целесообразно рассмотреть несколько ключевых теоретических положений, формирующих концептуальную рамку для последующего анализа умовоззрений, представлений и когнитивных реакций студентов, изучающих РКИ профильно в Германии и являющихся, по нашему стойкому убеждению, одной из важнейших целевых аудиторий формирования целенаправленно позитивного политического имиджа России.

Определение понятия «имидж» в разных источниках примерно идентично, и сводится к следующему наполнению: «Имидж (англ. image, от лат. imago образ, вид) – целенаправленно формируемый образ (какого-либо лица, явления, предмета), призванный оказать эмоционально-психологическое воздействие на кого-либо в целях популяризации, рекламы и т.п.» (Политическая наука, 2010). Единственным существенным различием будет критерий «целенаправленности» формирования имиджа. Так, в приведенном выше политологическом определении установка на формируемость имиджа выносится к разряд сущностных характеристик понятия. Однако в определениях, данных в ряде психологических словарей, этот момент не отражен, например: «это стереотипизированный образ конкретного объекта, суще-

ствующий в массовом сознании» (Краткий, 1998). То есть имидж может складываться стихийно и в этом близок таким понятиям, как «образ» или «стереотип». В настоящем исследовании мы используем понятие «имидж (страны / государства)» как образ, который формируется целенаправленно с использованием специальных технологий и инструментов, а образ – то впечатление, которое создается стихийно в результате импульсного взаимодействия. Следует также учесть, что одним из важнейших механизмов создания имиджа являются инструменты так называемой «мягкой силы», которые способны обеспечивать желаемые результаты в отношениях с другими государствами за счет привлекательности культуры, ценностей и внешней политики, а не принуждения или финансовых ресурсов (Nye, 2004).

При изучении факторов, влияющих на формирование политического имиджа государства (страны), следует учитывать суммарное многообразие внешних имиджей государства и их взаимодействие в определенном контексте: к их числу можно отнести внешнеполитический, инвестиционный, культурный, исторический, спортивный, научно-академический, экономический, туристический, модно-стилевой, музыкально-кинематографический и др. разновидности имиджей. Так, к примеру, исходя из понятия целевой студенческой аудитории, следует признать, что важную роль в формировании итогового имиджа государства будут играть такие подимиджи, как культурный, спортивный, научно-академический, модно-стилевой, музыкально-кинематографический.

Исследователь Ю.Г. Жеглова к компонентам, которые формируют целостный внешнеполитический имидж государства, относит материальные и ценностные компоненты, которые работают исключительно в синергии. К числу первых следует отнести военную и экономическую мощь страны (доля в мировом ВВП, темпы роста экономики, объем и структура экспорта, уровень жизни населения, число вооружения и стратегические разработки), а также стратегию внешней политики и ее эффект. К числу вторых относятся достижения и победы в области НТР, освоения космоса, вклада в мировую культуру и науку, здравоохранения, гуманитарного положения человека и степени соблюдения его прав и свобод, достижения в мировом спорте, имидж главы государства и лидеров экономики, бизнеса (Жеглова, 2018). По замечанию ученого, необходимо внести корректировки в оформление стратегических целей по формированию имиджа России за рубежом – имидж должен быть не столько позитивным, сколько эффективным (Жеглова, 2015). Также, по мнению исследователя, необходимо доработать и диверсифицировать тактические цели по факторам, формирующим имидж, каналам коммуникации и целевым аудиториям. Следует обратить внимание на те

группы факторов, которые поддаются корректировке: их можно изменить в лучшую для России сторону, если задаться таковой целью.

Таким образом, под позитивным имиджем государства мы понимаем, вслед за Ю.Г. Жегловой, такой имидж, который помогает государству реализовать его программные цели на международной и внутренней арене и является примером эффективной реализации стратегии позиционирования государства.

И.Ю. Глинская к числу факторов, формирующих позитивны внешнеполитический позитивный имидж, относит группы факторов по сферам жизни страны, таким как:

- политические (политический диалог, позиция лидера, участие в международных организациях и др.);
- экономические проекты (участие в международных организациях типа БРИКС, ЕАЭС, организация международных экономических форумов, международные проекты в области энергетики и др.);
- культурные (мероприятия по распространению культурных ценностей и языка);
- научные (международные космические проекты, развитие системы научных институтов и их «весомость» на международной арене);
- образовательные (обмен преподавателями и студентами, конкурентоспособность выпускников вузов, открытие международных программ);
- спортивные (проведение и организация международных спортивных мероприятий, процент победителей в общем зачете);
- миротворческие или гуманитарные (Глинская, 2016).

З.О. Цыренжапов к факторам, влияющим на позитивный имиджевый потенциал страны, относит: историческое наследие и природные богатства; достижения науки, спорта и культуры; многонациональность и туристическую привлекательность и разнообразие регионов страны (Цыренжапов, 2008, с. 145). Думается, что туристическая привлекательность в последние два года значительно снизилась, однако это динамический показатель и он может вновь обрести должную степень влияния. Примечательно, что к числу преимуществ России исследователь относит ее культурное и национальное многообразие.

Обобщая сказанное, отметим, что чаще всего исследователи приводят сходный набор динамических моделирующих факторов, совокупная оценка которых и может объективировать эффективность выстраиваемого позитивного имиджа России:

- политические (внешняя политика и дипломатические отношения, внутренние политические процессы и их восприятие за рубежом);

- экономические (потенциал страны, продуктивность рыночной экономики, роль в экспорте, наращивание производства, доля крупных экономических проектов и соглашений);

- культурные (участие в международных культурных событиях, инициативы по созданию культурных центров, образовательные программы, развитие театра и кино, досуговых учреждений).

Однако проблема заключается том, что указанные факторы во многом обусловлены внутренними характеристиками и общим внутренним планом развития государства, его исторической стратегией, на что влиять в аспекте осознанного имиджевого планирования сложно. Считаем, что к перечисленным категориям факторов следует подключить медиа- и информационные факторы (роль традиционных и социальных медиа в формировании имиджа страны, влияние информационных кампаний, пропаганды, PR-кампаний и инфлюэнсинга), а также факторы социальных и языковых контактов (термин наш), которые создадут точки соприкосновения людей разных культур, людей одной культуры и моделей другой культуры (например, при просмотре фильма, снятого в России, студентам европейского вуза в учебных целях и его последующем обсуждении).

Русский язык является официальным или рабочим языком в таких важных международных организациях, как Организация Объединенных Наций (ООН), Организация по безопасности и сотрудничеству в Европе (ОБСЕ), Международное агентство по атомной энергии, Содружество Независимых Государств (СНГ), Шанхайская организация сотрудничества, Евразийский экономический союз и Организация Договора о коллективной безопасности. С марта 2022 года русский стал официальным языком Международной федерации футбольных ассоциаций (ФИФА). И хотя современная геополитическая ситуация изменила отношение к русскому языку в мире, имеются отдельные исследования, свидетельствующие о формировании особой роли русского языка в современном геополитическом и природном макроконтексте и его миротворческом, объединяющем глобальном потенциале (Крюков, 2022; Палеха, 2023), опыте «гуманитарного нарратива» (Сафранчук, Жорнист, 2025).

В случае моделирования позитивно маркированных социальных контактов необходимо ориентироваться на научно верифицированные данные по целевым аудиториям в политической коммуникации и модель «современного сложного общества», которое в работах последних лет представляется как «ансамбль социальных артефактов, а также взаимодействий, формируемых ими» (Лапкин, 2025, с. 135). Необходимо рассмотреть критерии сегментирования аудитории, особенности восприятия информации различными

возрастными, профессиональными, этническими группами и методы воздействия на их мнения и убеждения. Студенты, выбравшие изучение РКИ в европейском вузе или приехавшие изучать русский язык в Россию, являются специфической социокультурно маркированной целевой группой, обладающей уникальными характеристиками и мотивациями, поддающимися изучению. Их мировидение и отношение к России формируется под влиянием целого ряда факторов. Рассмотрим некоторые из них.

Во-первых, их мотивация к изучению РКИ в ряде случаев обусловлена геополитическими соображениями, стремлением к профессиональной реализации в сферах, связанных с Россией и русскоговорящими странами, либо личным (иногда наследственным, «генетическим») интересом к русской культуре и истории. В контексте историко-политических событий последних лет исследователи разных областей знания отмечают, что пандемийная эпоха COVID-19, а затем спецоперация России на территории Украины оказали значительное и разносторонне направленное (экономическое, культурное, языковое, политическое, туристическое и проч.) негативное влияние на положение русского языка не только в Германии, но и во всей Европе. В настоящее время русский язык переживает период спада интереса, кризиса в немецком гражданском обществе и в государственных структурах Германии. При этом все же часть граждан Германии убеждены, что в период геополитической напряженности знание иностранных языков является важным связующим элементом для мирового сообщества, а русский язык в этой связи следует рассматривать как ключ к российскому обществу и его культуре. Кроме того, по мнению опрошенных граждан Германии, знание русского языка важно для укрепления восточноевропейского опыта в немецкой политике, бизнесе, науке и гражданском обществе. Такая позиция, например, нашла отражение в письме Немецкой ассоциации преподавателей русского языка в адрес Федерального министерства иностранных дел в июле 2023 года, написанном в рамках Германо-российского форума «Русский язык в настоящем». Этими данными в своей работе делятся немецкоязычные авторы A. Hunke, S. Dağdelen, Ž. Nastić, F. Die Linke (Hunke и др., 2023). Сходные идеи высказал в последнем интервью заместитель председателя Общества германо-российской дружбы Торстен Рексин: «Люди с разными политическими взглядами и разным бэкграундом могут и должны сидеть за одним столом и разговаривать»¹.

¹ Последний бастион германо-российской дружбы // Московская немецкая газета. 24.11.2024. URL: <https://ru.mdz-moskau.eu/poslednij-bastion-germano-rossijskoj-druzhyby/>.

Во-вторых, их восприятие российской политической реальности формируется под воздействием как официальных источников информации, так и альтернативных онлайн-медиа, включая западные интернет-СМИ и социальные сети (Алексеева, 2020). Это приводит к формированию сложной и неоднозначной картины политической системы России, распространению негативных нарративов, что, в свою очередь, влияет на включение студентов в политические дискуссии и дебаты и на выбор специальности обучения (в 2023-2025 гг. студенты старших курсов отказывались от изучения русского языка и истории и переводились на другие специальности или планировали это сделать – около 18% от опрошенных, см. далее). Сложность заключается и в том, что, согласно исследованию Р. Kolozaridi, все цифровые объекты (в том числе и медиа) по своей природе нестабильны и зависят от взаимодействия с другими инфраструктурами, а пользователь приобретает множество ролей (например, читателя страницы, посетителя сайта или даже создателя новостной заметки) – все это делает управление цифровым контентом сложной задачей (Kolozaridi, 2025, p. 205).

В-третьих, владение русским языком открывает для них доступ к оригинальным источникам информации, позволяя анализировать не только политические тексты без посредников, но и понимать шедевры мировой художественной культуры. Это способствует более глубокому пониманию истории в целом, геополитических процессов и формированию собственной, независимой от СМИ картины мира. Студенты свободно владеющие языком демонстрируют большую расположенность к РФ в целом в отличие от студентов, только начавших обучение и во многом полагающихся на общегерманский нарратив (критически-негативный).

Как отмечают в своем исследовании А. Kotomina, С. Milburn, спекулятивные технологии, зачастую используемые в политическом дискурсе, являются порождением и научных знаний о технологиях воздействия, и творческого начала (Kotomina, Milburn, 2025), а потому, имея доступ к языку, владея им на достаточном уровне, субъект воздействия освобождается от части наносных смыслов, более способен воспринимать информацию критически. Кажется, рациональным подход, предложенный и в работе Д. Ордовского, Е.А. Кожемякина: в эпоху главенства социальных медиа за ними закрепляется новая функция – роль «цифровой публичной дипломатии», которую также можно использовать в целях построения эффективного имиджа РФ (Ордовский, Кожемякин, 2025).

В-четвертых, данная группа студентов часто сталкивается с дилеммой между необходимостью критического анализа политической ситуации в России (что соответствует общеевропейской повестке) и поддержанием

нейтральной позиции в академической среде. Это требует от них высокого уровня самосознания и умения аргументировать свою точку зрения, опираясь на факты и доказательства. Их лояльное отношение к России должно получить приемлемое для западного общества обоснование.

Кроме того, образование, получаемое на русском языке с использованием русскоязычных материалов и программ, составленных при участии российских преподавателей, также способно сыграть определенную позитивную роль в формировании политической идентичности и гражданской позиции студентов.

В-пятых, повышению мотивации изучать русский язык, осваивать русскую культуру, историю и быть их трансляторами в западноевропейский мир может способствовать позитивный опыт общения с жителями России – учеными, педагогами, политиками, деятелями культуры в условиях коммуникативных управленческих решений (конференции, программы обмена опытом, симпозиумы, открытые лекции и показы, осмотр тематических выставок и проч.). Важно учесть процессы адаптации иностранных (немецкоязычных) студентов к российской культурной среде, факторы, влияющие на их восприятие российской культуры и политики, а также возможные барьеры в межкультурном общении. В работах, посвященных изучению роли языка и культуры в формировании политических взглядов и убеждений, закономерно говорится о том, что близкое знакомство с языком, погружение в его глубины закономерно воспитывает и любовь к его носителям, картине мира, формируемой данным языком (Боргоякова, 2017), (Икиликян, 2017). Также считаем необходимым учитывать нарративы взросления современной молодежи, то есть использовать в обучении и точках контакта с иностранными учащимися элементы терапевтического дискурса, направленного на сглаживание конфликтов и формирование взрослой критичности (Андреева, 2024) – это поможет несколько нивелировать негативное давление общеевропейской повестки.

Точками положительного социального и языкового неформального контакта могут стать и новые цифровые площадки. К примеру, 2024-2025 год ознаменовался вирусным распространением подросткового русскоязычного трека «Сигма-бой» в исполнении 11-летней Бетси и 12-летней Марии Янковской, выпущенного в виде сингла лейблом Rhymes Music 4 октября 2024 года. Трек получил более миллиона меметических копий в TikTok и попала в чарты Spotify, YouTube, Shazam, Apple Music и iTunes (Австрия, Чешская Республика, Германия, Словакия, Швеция, США). В январе 2025 года трек занял седьмую строчку в одном из международного чарта Billboard в категории танцевальные / поп-песни (Hot Dance/Pop Songs). В связи с попу-

лярностью русскоязычного трека некоторые представители западных властных структур высказывали опасения об использовании подобного рода культурных феноменов как элементов «русской пропаганды».

В-шестых, укреплению мотивации приехать в Россию изучать русский язык, русскую историю или изучать «русские» специальности на родине должно способствовать международное сотрудничество университетов в области изучения языков или языковых обменов. Когда-то оно характеризовалось разнообразием форм и направлений. Однако постковидная эра и осложнения экономико-политического характера, спровоцированные эпохой СВО, привели к закрытию многих международных программ, программ межвузовского сотрудничества, академической мобильности студентов и преподавателей, семинаров и воркшопов и др. Следовательно, необходимо предлагать новые стратегии. Одним из перспективных направлений является развитие дистанционного образования и использование современных информационных технологий в языковом обучении. Онлайн-платформы, интерактивные учебники, виртуальные языковые лаборатории – все это открывает новые возможности для изучения русского языка теми студентами, которые желают изучать наш язык и культуру, однако о те или иным причинам не могут приехать в Россию на семестровую стажировку (что практиковалось до 2022 года во многих российских вузах, принимавших студентов из Европы).

В-седьмых, одной из наиболее актуальных сегодня становится концепция мультиплицирования, которую логично применить к иностранной студенческой аудитории, изучающей русский как иностранный. Изначально термин использовался только в рамках экономики, затем стал применяться к различным социально-психологическим конструктам (social multiplier effect) – лидерству, накоплению знаний и образованию, стратегиям формирования доверия и проч. По сути, это идея о том, что действия, характеристики или изменения, происходящие у одного человека или в одной группе, могут усиливаться и распространяться среди других людей через социальные взаимодействия, приводя к более масштабным коллективным эффектам, чем если бы эти изменения оставались индивидуальными (Xiandong et al., 2013).

Концепция мультиплицирования студентов РКИ базируется на признании их роли не просто как изучающих язык, но и как будущих проводников российской культуры и образования в своих странах. Они становятся своеобразными агентами влияния, формирующими мнение о России на международной арене. Выпускники РКИ российских вузов, возвращаясь в свои страны, зачастую занимают позиции преподавателей, переводчиков, журналистов, экспертов в области международных отношений. В этих ролях они

неизбежно транслируют свое понимание России, основанное на личном опыте обучения и общения с носителями языка и культуры. Таким образом, они становятся носителями политического имиджа России, вольно или невольно влияя на формирование общественного мнения.

Восприятие России выпускниками РКИ, сформированное в период обучения, оказывает долгосрочное воздействие. Оно транслируется на их будущих студентов, коллег, работодателей и представителей академического сообщества. Позитивное или негативное впечатление о стране, полученное в результате личного опыта, формирует основу для дальнейшего восприятия России окружающими. Однако наше исследование исходило из гипотезы о том, что если учащийся окончил вуз по специальности РКИ или связанной с ней, то вероятность одобрения концепта «русское» у него достаточно высока (об этом подробнее – в практической части исследования).

Дальнейший этап исследования проводился при помощи анализа статистических данных о студентах РКИ, опубликованных в открытых источниках (в официальных отчетах, баз данных университетов, на площадках медиаресурсов), косвенно или прямо упоминаемый в публикациях на университетских сайтах и соцсетях (элементы контент-анализа, анализ вторичных данных). Также был использован сравнительно-сопоставительный метод анализа тенденций академического обмена, фиксируемых в социогуманитаристике до и после 2022 года. Использовалась количественная, статистическая и качественная система обработки данных (смешанный метод), полученных в ходе интервью и дистанционно организованного опроса студентов кафедр русистики или славистики в России и в университетах Германии (общее число студентов – участников интервью – 376 человек разных курсов обучения). В качестве критериев отбора участников использовался политико-географический фактор (обучающиеся родились в Германии и имеют немецкое гражданство), языковой (родной язык – немецкий), специальность (обучаются по специальностям «русский язык и русская история», «славянские языки», «дипломатия») и уровень владения русским языком (не ниже B2).

В качестве контрольной группы была определена группа студентов из Китая, которые также изучают русский язык как основную дисциплину в рамках специальности в России или Китае (число участников контрольной группы – 420 человек).

На первом этапе практического исследования нами была предпринята попытка провести анализ динамики численности студентов, изучавших РКИ в Германии или приезжавших в Россию для изучения языка в 1990–2025 гг.

Известна общемировая тенденция к снижению числа как владеющих русским языком, так и изучающих его как иностранный или неродной. Так, в

докладе Центра социологических исследований «Социоцентр» Минобрнауки РФ указано, что численность иностранцев, изучающих русский язык, в 2018 году сократилась вдвое (в начале 1990-х – 74,6 млн человек, в 2018 году – 38,2 млн) и продолжит снижаться в ближайшие годы. При этом стабильный рост числа изучающих язык в Европе и Северной Америке долгие годы поддерживался за счет детей эмигрантов из России и стран бывшего СССР¹. Эти данные отражают тенденцию, наметившуюся еще до 2022 года – очевидно, что сегодня она выражена еще более отчетливо.

Официальных открытых статистических данных во многих вузах на этот счет нет. Отдельные данные по годам приводятся в уже цитированной нами статье немецких исследователей (Hunko, 2023). Так, Deutschen Institut für Erwachsenenbildung durchgeführt (Немецкий институт образования для взрослых) проводит следующую статистику за период с 2018 по 2021 год: если в 2018-2019 гг. русский язык изучало 18492-20333 человек, что в целом соответствовало тенденциям 2000-2010-х гг., то к концу 2021 года это количество снизилось практически вдвое – до 10075 (Hunko, 2023).

В другой не менее значимой работе отмечается, что «пиком интереса к русскому языку в Германии, как и в целом в странах Западной Европы, стал конец 1980-х гг., что было связано с так называемой перестройкой и определенными ожиданиями от нее. В связи с большей открытостью СССР увеличился приток в Россию немецких туристов и различных специалистов, в самой Германии заметно возросло число изучающих русский язык в учебных заведениях и на языковых курсах»². Стабильный интерес к изучению русского языка в ФРГ в 1980-е гг. обуславливался прежде всего геополитическим контекстом: русский язык рассматривался как важный инструмент для понимания Советского Союза, что стимулировало его преподавание в университетах и других учебных заведениях.

Ситуация изменилась в начале 1990-х – интерес к России и русскому языку резко упал. В 1990-е гг. произошло существенное снижение числа студентов, изучающих русский язык. Это было связано с изменением политической обстановки в Европе и мире, а также с появлением новых образовательных приоритетов: многие студенты стали отдавать предпочтение другим иностранным языкам, таким как английский и испанский, которые казались более востребованными на рынке труда.

¹ Число изучающих русский язык в мире упало в 2 раза со времен распада СССР // Коммерсантъ. Общество. 28.11.2019. URL: <https://www.rbc.ru/society/28/11/2019/5ddd18099a79473d0d9b0ab1>.

² Арефьев А.Л. Изучение русского языка молодежью Германии // Демоскоп Weekly. Институт демографии Высшей школы экономики. №441-442. 1-14 ноября 2010 г. URL: <https://www.demoscope.ru/weekly/2010/0441/analit05.php>.

Однако в последующие десятилетия число владеющих русским языком в Германии продолжало расти из-за постоянного притока русскоговорящих мигрантов и эмигрантов из Казахстана, России, Украины, Молдавии, Польши и других бывших советских республик. Более половины людей, владеющих русским языком в Германии на рубеже веков, составили переселенцы из бывшего СССР. Напомним, что в ГДР изучение русского как первого иностранного было обязательным в средней и высшей школе. Кроме того, по сообщению А.Л. Арефьева, «русский язык и русская (советская) культура широко пропагандировались в восточногерманских СМИ»¹.

Начиная с 2000-х годов, наметилась тенденция к стабилизации и частичному восстановлению интереса к русскому языку. Это связано с ростом экономического сотрудничества между Германией и Россией, увеличением культурных обменов и осознанием стратегической важности России в международных отношениях. Кроме того, активизировалась работа по продвижению русского языка в немецких учебных заведениях. Тем не менее, численность студентов, изучающих русский язык, оставалась значительно ниже, чем в 1980-е гг.

Опрос преподавателей кафедр русского языка как иностранного, работавших в 2000-2010 гг. и работающих сегодня в вузах Казани, Москвы и Нижнего Новгорода, показал следующее. Во всех вузах, которые были представлены в опросе (Казанский (Приволжский) федеральный университет, Институт социальных и гуманитарных знаний г. Казани, Российский государственный гуманитарный университет г. Москвы, Институт русского языка им. А.С. Пушкина г. Москвы, Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н.А. Добролюбова), в конце 1990-х гг. были открыты студенческие и преподавательские (годовые и семестровые) программы обмена. Студенты из Германии регулярно приезжали в составе смешанных групп и индивидуально изучать русский язык или русскую историю в российских вузах. С начала 2000-х каждый из указанных вузов принимал от 20 до 150 немецкоговорящих студентов, обучающихся по филологическим специальностям, в год. В одной из работ указывается следующая цифра – 1086 студентов из Германии приехали в Россию с целью изучения русского языка в 2006/2007 учебном году².

Эти цифры стали меняться в 2014 году – некоторые программы зарывались, сокращалось количество их участников, однако все вузы стабильно

¹ Арефьев А.Л. Изучение русского языка молодежью Германии // Демоскоп Weekly. Институт демографии Высшей школы экономики. №441-442. 1-14 ноября 2010 г. URL: <https://www.demoscope.ru/weekly/2010/0441/analit05.php>.

² Там же.

продолжали принимать на своих площадках студентов из разных вузов Германии, в которых также работали кафедры славистики или русского языка.

По сообщению «Московской немецкой газеты», в 2005-2015 гг. Германская служба академических обменов (DAAD) предлагала студентам более 20 разновидностей программ и стипендий, дающих возможность изучать русский язык в России. Сама служба была создана в 1925 году по инициативе студентов и долгие годы являлась «крупнейшей в мире организацией, содействующей международному обмену студентов и ученых»: за столетие она поддержала около 3 млн человек¹. В указанные десятилетия действовали многочисленные программы студенческой и преподавательской мобильности, совместные исследовательские проекты, проводились научные конференции и семинары. Другие германские фонды, такие как Фонд Александра фон Гумбольдта, активно поддерживали российские университеты и ученых. Обмен был важным фактором интеграции российского научного сообщества в европейское пространство и способствовал повышению качества образования и научных исследований в обеих странах.

Согласно открытым данным Немецкой ассоциации славистов, в 2006 г. число изучавших РКИ составило 12,5 тыс., важно отметить, что только 5 тыс. из них изучали язык в качестве первого иностранного и предполагали связать свою будущую профессию с ним. Связано это с падающей востребованностью профессии преподавателя русского языка в немецких гимназиях и закрытием ряда институтов славистики в Германии в 2000-2010 гг. Число студентов в институтах Гейдельберга, Майнца, Саарбрюкена и других городов Германии, обучающихся по специальности «переводчик (русский язык)», в те годы составляло всего несколько сотен человек. РКИ изучался прежде всего студентами юридических, экономических, медицинских и естественно-научных факультетов и в чуть меньшей степени – студентами технических вузов и инженерных училищ².

К 2019 году количество студентов, приезжающих в российские вузы, сократилось на треть. В 2019-2021 гг. многие программы были переведены в формат дистанционных курсов или закрыты, в том числе программы DAAD.

И все же в период с 2010 по 2020 гг., хотя и наблюдались колебания в численности студентов, изучающих русский язык, однако, в целом, сохранялась тенденция к умеренному росту.

¹ DAAD: Вписаны в вековую историю. Германская служба академических обменов (DAAD) // Московская немецкая газета. 11.02.2025. URL: <https://ru.mdz-moskau.eu/daad-vpisany-v-vekovuju-istoriju/>.

² Арефьев А.Л. Изучение русского языка молодежью Германии // Демоскоп Weekly. Институт демографии Высшей школы экономики. №441-442. 1-14 ноября 2010 г. URL: <https://www.demoscope.ru/weekly/2010/0441/analit05.php>.

В конце 2021 года часть учебных программ академической мобильности получила импульс возобновления – первые группы студентов вновь приехали в Россию (по примерным подсчетам, их количественный состав сократился вдвое по сравнению с привычными цифрами начала века). В марте-апреле 2022 года практически все приехавшие были отозваны в Германию, программы были закрыты в связи с позицией немецкого правительства относительно СВО на территории Украины.

По сообщению издательства Deutscher Bundestag, число российских студентов в немецких колледжах и университетах сокращается, начиная с 2018/2019 учебного года. Если в зимнем семестре 2018/2019 общее число студентов составляло 1061 человек, то в зимнем семестре 2022/2023 учебного года число обучающихся сократилось практически вдвое – до 672 человек¹. Статистики за 2023-2025 гг. ни в одном из открытых источников не имеется.

После 2022 года прямое сотрудничество между российскими и немецкими университетами в целом было в значительной степени приостановлено или прекращено. Это привело к существенному сокращению возможностей для академической мобильности российских студентов и преподавателей в Германию. Совместные исследовательские проекты были заморожены или отменены. Та же тенденция сохраняется в целом во всех формах социально-культурного контакта граждан России и Германии, не только в области изучения русского языка. Общество германо-российской дружбы, созданное по инициативе правительства ГДР в середине XX века и некогда включавшее более 6 млн членов, после 1990 года было распущено, однако в различных регионах Германии возникали его преемники – например, берлинское объединение «Друзья народов России», «Общество дружбы» в Тюрингии, Шверине и Саксонии, Немецко-русский институт культуры в г. Дрездене. Но к 2022 году многие из них прекратили свое функционирование².

Произошло переключение студенческих обменов на университеты стран СНГ. В условиях ограничения сотрудничества с западными странами российские университеты начали активно развивать академические обмены с университетами стран СНГ, в частности, Армении и Кыргызстана. Это позволило частично компенсировать потерю возможностей для международной мобильности и расширить географию академического сотрудничества. Одна-

¹ Zahl der Russischlernenden geht in Deutschland zurück // Deutscher Bundestag. 26.10.2023. URL: https://www.bundestag.de/presse/hib/kurzmeldungen-974114?utm_source=chatgpt.com.

² Последний бастион германо-российской дружбы // Московская немецкая газета. 24.11.2024. URL: <https://ru.mdz-moskau.eu/poslednij-bastion-germano-rossijskoj-druzhyby/>.

ко, несмотря на позитивные аспекты, полноценной заменой немецким университетам вузы стран СНГ стать не смогли в силу различий в образовательных стандартах и научных традициях.

Сегодня наметились первые вестники изменения ситуации. По сообщению «Московской немецкой газеты», в январе-феврале 2025 г. состоялся первый возобновленный обмен – в Россию вновь приехали студенты из Германии¹. Постепенно возобновляются и другие программы культурного взаимодействия. Так, по сообщению заместителя председателя Общества германо-российской дружбы Торстена Рексина, в настоящее время (2024 год) в одностороннем порядке по приглашению российской стороны немецкие преподаватели, ученые, деятели искусства приезжают в Россию. В некоторых городах России (например, в г. Волгоград) возобновляют работу языковые клубы с носителями немецкого языка (обычно это студенты). При этом, как отмечает Т. Рексин, наибольший интерес к России и русскому языку сохраняется в средней и старшей возрастной группе (от 40 до 70 лет)².

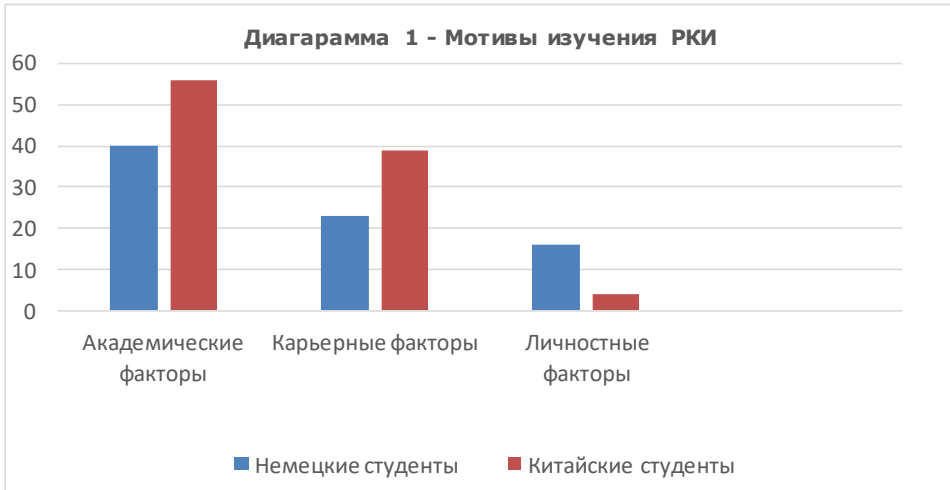
Таким образом, следует констатировать падение интереса к русскому языку и России в целом у молодежи Германии. Если ранее более половины изучавших русский язык граждан Германии составляли выходцы из СССР (1980-1990 гг.), то сегодня они сменились поколением, рожденным не в русскоговорящих странах, и необходимость изучать русский язык как неродной в этой среде отпала. Охлаждение в политико-экономической сфере, разрыв бизнес-контактов, спад уровня экономического взаимодействия между Россией и Германией, начавшийся в 2022 году, усилил и без того очевидно наметившуюся тенденцию по сокращению числа изучающих РКИ и намеревающихся связать свою будущую профессию с русским языком.

При этом, несмотря на все указанные факторы, закрытие программ и кафедр славистики повсеместно в Германии, интерес к языку, истории и культуре России все же сохраняются, что обусловлено целым комплексом взаимосвязанных факторов, которые поддерживают интерес к изучению русского языка немецкоязычной аудиторией, а значит могут использоваться в целях корректирования имиджа России. Данные факторы можно условно разделить на три категории: академические, карьерные и личностные (группы выделены нами на основе тематического кодирования). Кратко рассмотрим представленные группы факторов (мотивов), которые были обоб-

¹ DAAD: Вписаны в вековую историю. Германская служба академических обменов (DAAD) // Московская немецкая газета. 11.02.2025. URL: <https://ru.mdz-moskau.eu/daad-vpisany-v-vekovuju-istoriju/>.

² Последний бастион германо-российской дружбы // Московская немецкая газета. 24.11.2024. URL: <https://ru.mdz-moskau.eu/poslednij-bastion-germano-rossijskoj-druzhby/>.

щены нами самостоятельно в результате качественного анализа (кодирования тем) и выведены из опроса немецкоговорящих студентов, изучающих РКИ. В Диаграмме 1 представлено соотношение трех групп факторов в экспериментальной (немецкой) и контрольной (китайской) группах.



Академические мотивы зачастую связаны с необходимостью углубленного изучения истории, культуры России и научной литературы, изданной на русском языке. Многие немецкие студенты, специализирующиеся на славистике, истории Восточной Европы или смежных дисциплинах, рассматривают знание русского языка как необходимое условие для проведения качественных исследований и работы с научными первоисточниками, архивными документами и художественной литературой, недоступных в переводе. Это критерий мотивации к изучению русского языка в том или ином виде («смогу больше узнать», «буду читать в оригинале», «приеду в Ленинку», «хочу читать военный архив») указали около 40 % опрошенных немецких студентов и 56% китайских. Для восточных студентов этот показатель выражен более значимо.

Карьерные перспективы, как уже отмечалось, в последние годы в связи с усилением негативных политических нарративов в ЕС становятся все менее отчетливыми, что сказывается на общеевропейском интересе к стране и ее языку (сходные результаты получены в опросе студентов из Англии и Португалии). Однако все же до сих пор Россия остается экономическим партнером Германии, в 2025 году. становится понятно, что в той или иной форме эти отношения будут развиваться и дальше. Компании, занимающие

ся международной торговлей, энергетикой, логистикой, нуждаются в специалистах, владеющих русским языком. Кроме того, возможности трудоустройства в международные организации и дипломатические структуры также стимулируют изучение русского языка. Данный мотив актуален для 23% опрошенных студентов из Германии (показатели для Англии и Португалии с учетом погрешности примерно те же) и для 39% китайских студентов. Как видим, представители Востока более оптимистично настроены в отношении трудоустройства со знанием русского языка («смогу получить хорошее предложение на рынке», «буду иметь преимущество», «легче найду работу», «смогу работать в России»).

Наконец, личностные мотивы, такие как интерес к русской культуре, желание общаться с носителями языка (около 16% опрошенных студентов-немцев) и стремление к личностному росту, играют также определенную роль в выборе иностранного языка. Многие немецкие студенты среди мотивов, стимулирующих их изучать язык, отмечали возможность читать произведения Достоевского и Толстого в оригинале, смотреть русские фильмы и общаться с носителями языка. Кроме того, изучение нового, достаточно сложного в освоении языка способствует расширению кругозора и развитию когнитивных способностей, что также привлекает студентов (достаточно редко этот критерий указывается – примерно у 1% опрошенных немецких студентов: «хочу тренировать мозг», «только самые умные на курсе выбрали русский язык как основной»). В контрольной группе, однако, такие ответы были наименее популярны (всего 4%).

Далее было изучено отношение современных немецких студентов к изучению русского языка как иностранного, которое формируется под воздействием целого комплекса как позитивных, так и негативных факторов, ряд которых был установлен нами в ходе проведенного опроса.

Особое место здесь занимает геополитический фактор. Негативный информационный фон, усиленный политической напряженностью, оказывает заметное влияние на выбор студентов. В частности, отмечается снижение интереса к углубленному изучению российской культуры и истории, что, безусловно, сказывается на общей лингвистической подготовке студентов и заполняемости набора в славянские группы в западноевропейских университетах. Этот фактор указало почти 85% опрошенных студентов из Германии (в контрольной группе показатель ничтожен: 5%).

Согласно теории фрейминга, объясняющей, как организация и подача информации влияет на восприятие и интерпретацию реальности аудиторией, что в конечном итоге способствует формированию у неё определённого понимания, отношения или оценки. Р. Энтман определяет суть этого явления

следующим образом: «To frame is to select some aspects of a perceived reality and make them more salient in a communicating text, in such a way as to promote a particular problem definition, causal interpretation, moral evaluation and/or treatment recommendation for the item described» (Entman, 1993, с. 54). Следовательно, целенаправленно нивелировать влияние данного фактора достаточно сложно – поэтому следует больше работать с мотивацией студентов и проработкой факторов, которые будут описаны далее.

Существенным фактором, определяющим отношение к РКИ, являются опасения студентов по поводу возможности будущего успешного трудоустройства (прагматический фактор). Особенно это касается тех, кто рассматривал возможность работы в компаниях, связанных с Россией. Геополитическая неопределенность и санкционные риски заставляют студентов пересматривать свои карьерные планы и, как следствие, снижают их мотивацию к углубленному изучению языка и культуры, а иногда диктуют им необходимость сменить специальность. Данный фактор отметили почти 60% опрошенных немецких студентов и всего 4% китайских. Английский язык, как *lingua franca* международного бизнеса, традиционно пользовался наибольшей популярностью. За ним следуют языки стран с развитой экономикой, таких как Китай, Франция и Испания. Русский язык, к сожалению, и до 2022 года, не всегда рассматривался как инструмент, открывающий широкие перспективы карьерного роста, а в контексте текущей геополитической ситуации существенно потерял свои позиции.

Важную роль играет исторический фактор. В период Холодной войны русский язык был обязательным предметом в школах ГДР и широко изучался в Западной Германии, о чем мы писали выше. Однако после объединения Германии интерес к русскому языку значительно снизился. Он стал ассоциироваться с советским прошлым и утратил свою привлекательность в глазах молодого поколения. Его знает, им интересуется преимущественно старшее поколение и люди средней возрастной группы. Об этом упомянули в ходе опроса почти 35% (в контрольной группе – 2%).

Существенно важным оказывается и субъективное восприятие сложности русского языка, его грамматики и семантической емкости (языковой фактор). Русский язык часто воспринимается немецкими студентами как сложный для изучения из-за его системы падежей, видов глагола и кириллического алфавита. По сравнению с более «легкими» языками, такими как английский или испанский, русский язык требует больших усилий и времени для освоения, что всегда отпугивало часть студентов. Указанную причину отметило 13% опрошенных (при 6% в контрольной группе).

Немаловажным является фактор доступности качественных образовательных ресурсов и квалифицированных преподавателей. Несмотря на наличие учебных программ по русскому языку в немецких университетах, студенты часто жалуются на недостаток современных и интересных учебных материалов, а также на отсутствие возможностей для языковой практики с носителями языка – особенно начиная с 2019 г. (методический фактор). Об этом нам сказало около 10% студентов-немцев и менее 1% китайцев.

Некоторые европейские студенты указали, что ошиблись с выбором русского языка и хотят изменить свое решение, перевестись на другой курс (около 12% немцев и менее 1% китайцев). Чаще других свой отказ демонстрировали представители Франции, Бельгии и Англии (в среднем более 20% от общего числа обучающихся из каждой страны).

Наконец, на формирование отношения к русскому языку влияет и общественное мнение, формируемое СМИ и текущей политической ситуацией (фрейминг-фактор). Негативные стереотипы о России, транслируемые в масс-медиа, могут оказывать влияние на мотивацию студентов к изучению русского языка, снижая ее. Данный фактор отметило менее 13% опрашиваемых студентов из Германии и не отметили студенты из Китая. При этом около 25% немецкоговорящих инофонов ответили, что СМИ создают «объективный» образ России – то есть разный, в зависимости от тематики публикаций. Подтверждение находим в статье Е.В. Колесовой и Е.С. Голоусовой, посвященной специфике формирования образа России немецкими средствами массовой информации в период с 2014 по 2021 гг. Автор исследовала публикации онлайн-версий немецких печатных изданий *Der Spiegel* и *Die Zeit*, а также материалы медиахолдинга *Deutsche Welle* (внесен в список СМИ-иноагентов в России) и сделала вывод, что образ России, формируемый немецкими СМИ, имеет выраженный негативный характер, если речь идет о политических вопросах. Нейтральный и позитивный оттенок характерен для публикаций, посвященных темам искусства (Колесова, 2023).

Наглядно результаты сравнительного анализа в экспериментальной и контрольной группах представлены на Диаграмме 2. Как видим, большинство рассмотренных факторов не релевантны для контрольной группы.



В указанных условиях стратегии кафедр русистики и славистики играют ключевую роль в поддержании интереса к РКИ. Как правило, кафедры занимают нейтральную позицию в университетской политике, что позволяет им сохранять академическую автономию и создавать благоприятную атмосферу для обучения. В целом, им удается поддерживать стабильное число студентов, несмотря на внешние факторы. Это достигается за счет активного использования современных методик преподавания, привлечения квалифицированных преподавателей и создания интересных образовательных программ. Контент университетских соцсетей также играет важную роль в поддержании позитивного имиджа РКИ. Отсутствие политического давления и акцент на академических достижениях позволяют кафедрам привлекать студентов, заинтересованных в изучении языка и культуры России. Данный факт отметило более 40% студентов-немцев, принявших участие в опросе.

Несмотря на общее снижение интереса, академическая кооперация между немецкими университетами и университетами стран СНГ играет ключевую роль в поддержании интереса к изучению РКИ. Совместные программы обмена, летние школы, научные конференции и другие формы сотрудничества позволяют немецким студентам не только углубить свои знания русского языка и культуры, но и получить непосредственный опыт погружения в языковую среду. Эта практика и дальше может способствовать формиро-

ванию более глубокого понимания российской действительности и преодолению стереотипов, в том числе политических.

В условиях меняющегося геополитического ландшафта и информационной насыщенности студенты РКИ в Германии представляют собой важную целевую аудиторию для целенаправленной трансляции имиджа России. Владение русским языком и понимание российской культуры делают эту аудиторию наиболее восприимчивой к ценностям русского мира, а потому имеет смысл разработать особую имиджевую стратегию для них. Студенты РКИ могут стать эффективными посредниками в развитии российско-германских отношений, способствуя укреплению взаимопонимания и сотрудничества между двумя странами.

Сфера изучения русского языка как иностранного (РКИ) в немецких университетах на протяжении последних десятилетий претерпела значительные изменения. Начиная с 1990-х гг., наблюдается долгосрочная тенденция к снижению числа студентов, выбирающих РКИ в качестве своей специализации или факультативного курса. Этот спад обусловлен целым рядом факторов, включая изменения в геополитической ситуации, рост влияния общеевропейского негативного нарратива, смещение акцентов в образовательной политике и растущую популярность других иностранных языков. Снижение интереса к изучению русского языка в Германии носит долгосрочный и, увы, перспективный характер. Часть студентов переориентировалась на университеты стран СНГ и изучает РКИ там.

Наиболее существенный спад интереса к русскому фиксируется именно в молодой европейской (в частности – немецкой) аудитории, которая и является объектом нашего изучения в аспекте применения маркетинга распространения нового имиджа России. Студенческая молодежь Германии, изучающая РКИ, является важным субъектом, который необходимо включить в международный диалог: именно выпускники германских и российских вузов, обучавшихся по филологическим специальностям, будут работать преподавателями, исследователями и специалистами в сфере международного сотрудничества.

В целях разработки эффективных стратегий продвижения российской культуры, образования и политики за рубежом, особенно в Европе, необходимо учитывать как факторы, мотивирующие студентов все же, несмотря ни на что, выбирать своей специальностью русский язык (академические, карьерные, личностные), так и факторы, оказывающие скорее негативное влияние на их отношение к языку и России в целом (геополитические, прагматические, языковые, исторические, методологические и фрейминг-факторы). Отметим, что данный набор факторов характерен именно для аудитории

немецких студентов и не подтверждается в контрольной группе китайский студентов.

Среди наиболее выраженных причин снижения интереса к русскому языку отметим две наиважнейшие: страх последующих в будущем сложностей с трудоустройством в сфере международного сотрудничества и негативный новостной фон, и ухудшение политического имиджа России на международной арене. Грамотная политика университетов и их нейтральная позиция помогает частично стабилизировать ситуацию и сохранять интерес к специальности. Целенаправленная работа с каждой группой факторов может изменить ситуацию.

В качестве перспектив исследования отметим необходимость сравнения показателей по разным странам Европы и Азии, наблюдения показателей в динамике.

Литература

Abgeordneten, A. H., Sevim, D., Žaklin, N., & Fraktion DIE LINKE. (n.d.). *Situation der russischen Sprache in Deutschland in Zeiten des Ukraine-Krieges*. Deutscher Bundestag. Drucksache 20/8619.

Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58.

Kolozaridi P. (2025). Unstable users: Coordinating the configuration of digital objects and projects. *Technology and Language*, 6(1), 205–223. <https://doi.org/10.48417/technolang.2025.01.14>.

Kotomina A. & Milburn, C. (2025). Speculative technologies: Further dreams of technical reason. *Technology and Language*, 6(1), 130–134. <https://doi.org/10.48417/technolang.2025.01.09>.

Liu, X., et al. (2013). *Social multiplier versus social norms: What matters most for outcomes?* Center for Economic Policy Research. <http://www.voxeu.org/article/social-multiplier-versus-social-norms-what-matters-most-outcomes>.

Nye, J. (2004). *Soft power: The means to success in world politics*. PublicAffairs.

Алексеева, А. В. (2020). Медиадискурс в пространстве политической коммуникации. *Коммуникология*, 8(4), 15–21.

Андреева, А. (2024). Взросление в терапевтической культуре: самоконтроль и самопознание как основа новой культурной модели. *The Journal of Social Policy Studies*, 22(1), 59–78. <https://doi.org/10.17323/727-0634-2024-22-1-59-78>.

Боргоякова, Т. Г. (2017). Психолингвистические аспекты формирования этнической и российской идентичности. *Вопросы психолингвистики*, 3(33), 19–31.

Глинская, И. Ю. (2016). Формирование и продвижение бренд-имиджа России. *Вестник РУДН. Серия: Международные отношения*, 1, 46–53.

Жеглова, Ю. Г. (2015). Внешнеполитический имидж Российской Федерации: проблема целеполагания. *Вестник Московского государственного лингвистического университета. Общественные науки*, 2(713), 43–55.

Жеглова, Ю. Г. (2018). Трудности имиджевой политики в интересах Российской Федерации. *Общество: политика, экономика, право*, 4, 10–12.

Икиликян, С. Г. (2017). Роль языка в формировании этнической идентичности как предмет изучения научно-исследовательских практик. *Известия высших учебных заведений. Северо-Кавказский регион. Общественные науки*, 2(194), 16–21.

Колесова, Е. В., & Голоусова, Е. С. (2023). Образ России в немецких СМИ (на примере Deutsche Welle, Der Spiegel, Die Zeit). *Известия Уральского федерального университета. Сер. 1, Проблемы образования, науки и культуры*, 29(4), 50–61.

Крюков, В. (2022). Слышать, понимать, договариваться. *ЕКО*, 52(7), 4–7.

Лапкин, В. В. (2025). Общество в развитии как предмет политической науки. *Полис. Политические исследования*, 2, 135–156. <https://doi.org/10.17976/jpps/2025.02.10>.

Ордовский, Д., & Кожемякин, Е. А. (2025). Цифровая публичная дипломатия в эпоху социальных медиа: эволюция и современное состояние. *Полис. Политические исследования*, 2, 157–166. <https://doi.org/10.17976/jpps/2025.02.11>.

Палеха, Е. С. (2023). Русский язык как средство примирения мирового сообщества. *Русский язык как иностранный: история, современность и будущее* (с. 110–117). Изд-во Казанского университета.

Сафранчук, И. А., & Жорнист, В. М. (2025). Доминирующие нарративы западных СМИ в период становления концепции Responsibility to Protect, 1990-е годы. *Полис. Политические исследования*, 2, 110–123. <https://doi.org/10.17976/jpps/2025.02.08>.

Цыренжапов, З. О. (2008). Имидж России в мировом информационном пространстве: проблемы и перспективы развития. *Социология власти*, 1, 144–150.

References

Abgeordneten, A. H., Sevim, D., Žaklin, N., & Fraktion DIE LINKE. (n.d.). *The situation of the Russian language in Germany during the Ukraine war*. Deutscher Bundestag. Drucksache 20/8619.

Alekseeva, A. V. (2020). Media discourse in the space of political communication. *Communicology*, 8(4), 15–21. (In Russ)

Andreeva, A. (2024). Growing up in therapeutic culture: Self-control and self-knowledge as the basis of a new cultural model. *The Journal of Social Policy Studies*, 22(1), 59–78. <https://doi.org/10.17323/727-0634-2024-22-1-59-78>. (In Russ)

Borgoyakova, T. G. (2017). Psycholinguistic aspects of the formation of ethnic and Russian identity. *Questions of Psycholinguistics*, 3(33), 19–31. (In Russ)

Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58.

Glinskaya, I. Yu. (2016). Formation and promotion of Russia's brand image. *RUDN Journal of International Relations*, 1, 46–53. (In Russ)

Ikilikyan, S. G. (2017). The role of language in the formation of ethnic identity as a subject of research practices. *News of Higher Educational Institutions. North Caucasus Region. Social Sciences*, 2(194), 16–21. (In Russ)

Kolesova, E. V., & Golousova, E. S. (2023). The image of Russia in German media (case study of Deutsche Welle, Der Spiegel, Die Zeit). *Bulletin of Ural Federal University. Series 1: Issues of Education, Science and Culture*, 29(4), 50–61. (In Russ)

Kolozaridi, P. (2025). Unstable users: Coordinating the configuration of digital objects and projects. *Technology and Language*, 6(1), 205–223. <https://doi.org/10.48417/technolang.2025.01.14>.

- Kotomina, A., & Milburn, C. (2025). Speculative technologies: Further dreams of technical reason. *Technology and Language*, 6(1), 130-134. <https://doi.org/10.48417/technolang.2025.01.09>.
- Kryukov, V. (2022). To hear, to understand, to negotiate. *ECO*, 52(7), 4-7.
- Lapkin, V. V. (2025). Society in development as a subject of political science. *Polis. Political Studies*, 2, 135-156. <https://doi.org/10.17976/jpps/2025.02.10>. (In Russ)
- Liu, X., et al. (2013). *Social multiplier versus social norms: What matters most for outcomes?* Center for Economic Policy Research. <http://www.voxeu.org/article/social-multiplier-versus-social-norms-what-matters-most-outcomes>.
- Nye, J. (2004). *Soft power: The means to success in world politics*. PublicAffairs.
- Ordovsky, D., & Kozhemyakin, E. A. (2025). Digital public diplomacy in the era of social media: Evolution and current state. *Polis. Political Studies*, 2, 157-166. <https://doi.org/10.17976/jpps/2025.02.11>. (In Russ)
- Paleha, E. S. (2023). Russian language as a means of reconciliation of the world community. In *Russian as a foreign language: History, modernity and future* (pp. 110-117). Kazan University Press. (In Russ)
- Safranchuk, I. A., & Zhornist, V. M. (2025). Dominant narratives of Western media during the formation of the Responsibility to Protect concept in the 1990s. *Polis. Political Studies*, 2, 110-123. <https://doi.org/10.17976/jpps/2025.02.08>. (In Russ)
- Tsyrenzhapov, Z. O. (2008). Russia's image in the global information space: Problems and development prospects. *Sociology of Power*, 1, 144-150. (In Russ)
- Zheglova, Yu. G. (2015). Foreign policy image of the Russian Federation: The problem of goal-setting. *Bulletin of Moscow State Linguistic University. Social Sciences*, 2(713), 43-55. (In Russ)
- Zheglova, Yu. G. (2018). Difficulties of image policy in the interests of the Russian Federation. *Society: Politics, Economics, Law*, 4, 10-12. (In Russ)