Санкт-Петербургский государственный университет

**Звездина Ирина Павловна**

Выпускная квалификационная работа

**Роль дизайна как инструмента "мягкой силы" в формировании внешнеполитического имиджа Российской Федерации.**

**Design role as a kind of tool with a soft power directed on formation of Russian Federation foreign-policy image.**

Уровень образования:

Направление 41.03.05 «Международные отношения»

Основная образовательная программа

СВ.5034.2017 «Международные отношения»

Научный руководитель: Кандидат политических наук  
Доцент кафедры мировой политики Ковалевская Наталья Владимировна

Рецензент: Руководитель регионального направления по работе со странами ЕС. Дирекция международного и регионального сотрудничества Росконгресс Громова Алёна Олеговна.

Санкт-Петербург

2021 г.

Содержание

Введение…………………………………………………………………………...3

Глава I. Культура как фактор «мягкой силы»…………………………………...8

§ I.1 Концепция «мягкой силы» и ее принципы………………………………...8

§ I.2 Роль культуры в международной политике ……………………………..13

§ I.3 Культура в контексте «мягкосилового воздействия»……………………19

Глава II. Дизайн как инструмент «мягкой силы»……………………………...26

§ II.1 Дизайн в социокультурном пространстве……………………………….26

§ II.2 Роль дизайна в формировании имиджа государства……………………32

Глава III. Дизайн как инструмент продвижения позитивного образа России…………………………………………………………………………….40

§ III.1 Архитектурный дизайн – как идентичность русской дипмиссии (на примере Российского духовно-культурного православного центра в Париже)………………………………………………………………………….40

§ III.2 Дизайн одежды как средство продвижения имиджа страны на международном рынке…………………………………………………………47

§ III.3 Веб-дизайн сайтов как способ трансляции национальной идентичности в сети (на примере сайта Русские сезоны)…………………………………………………………………………...51

Заключение………………………………………………………………………56

Список источников и литературы ……………………………………………..62

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность исследования определяется постоянно возрастающей ролью «мягкой силы» как инструмента, формирующего внешнеполитический образ государства на международной арене. Культурная коммуникация в условиях экономической взаимозависимости прочно вошла во внешнеполитическую практику многих стран и стала главным невоенным фактором политического влияния. Культурная коммуникация предназначена для передачи опыта и информации между группами людей, ее функция заключается в формировании позитивного образа чужих ценностей, именно поэтому культурная коммуникация играет важную роль в политике «мягкой силы».

Дизайн как художественно-проектная деятельность является частью данной политики, его функция – это построение визуальной среды для создания благоприятного образа государства для подготовки культурного ландшафта современного мира. Роль дизайна крайне важна для продвижения национального культурного образа.

Частое использование государствами политики «мягкой силы» превратила культуру в эффективную информационно-пропагандистский инструмент, именно поэтому концепция «мягкой силы» требует дальнейшего глубокого осмысления и подробного анализа для выявления внешнеполитических возможностей страны и выработки новых механизмов воздействия.

Особого внимания в данном контексте требует дизайн – как наиболее эффективный инструмент «мягкой силы», ставший особенно актуальным в условиях глобализации и информатизации, как ее основного стержня, тесной связи культурной и политической систем, ускоренной интеграции экономик и обмена культурными ценностями. Дизайн может нести культурный код и способствует глобальному распространению позитивных ценностей различных наций или народностей, эти свойства сегодня позволяют ему играть ключевую роль в глобальном «мягкосиловом» противостоянии.

Степень научной разработанности темы определяется как наличием основополагающих работ, рассматривающих концепцию «мягкой силы», как инструмента политического влияния на мировой арене, так и исследований «мягкосиловой» политики России и дизайна, как элемента социокультурного пространства.

Исследование одного из важнейших явлений в современной международной политике – «мягкой силы» заставляет обратиться к основополагающим работам в данной области, которые детально рассматривают и характеризуют это явление. Это работы Джозефа Ная, основоположника концепции «мягкой силы», а также исследователей М. Неймарка, М.М. Лебедева, Е.Г. Борисовой[[1]](#footnote-1), С.К. Песцова и и А.М. Бобыло, И.Д. Тузовского, А.В. Шелепова. Также различные аспекты государственной силы в мировой политике анализируются в работах Д. Стоссинджера[[2]](#footnote-2), Г.И. Авинцовой[[3]](#footnote-3) и других авторов.

Основы отечественной культурной политики и использование «мягкой силы» во внешней политике России рассматривают Н.В. Ковалевская[[4]](#footnote-4), А. Наумов, Р.С. Мухаметов, О.Г. Басалаева[[5]](#footnote-5) и Г.Ю. Филимонов, который предлагает новые определения «мягкой силы». По его мнению, «мягкая сила» является инновационной высокоинтеллектуальной системой управления сознанием, которая призвана усилить среди зарубежных аудиторий поддержку внешнеполитических инициатив страны[[6]](#footnote-6).

Исследованию культуры в контексте ее роли в политических процессах и изучению понятия социокультуры посвятили свои работы В.А. Абрамова, Л. Е. Востряков, А.С. Кармин, О.В. Мельникова, Г.И. Мусихин, Е. В. Орлова, В.П. Притыкин и Г.Р. Файзрахманов, К.М. Табаринцева-Романова и Н.И. Чеботарева.

Многофакторный феномен политического имиджа исследовали Д.А. Вылегжанин, С.В. Андреева и Д.Р. Фатыхова. Дизайну и конкретным его направлениям посвятили работы Н.В. Колесникова, А.Н. Лаврентьев и Т.В. Митрохина.

Цель работы:

Выявить основные параметры и особенности дизайна, как относительно самостоятельного, концептуально оформленного инструмента «мягкой силы» на международной арене.

Задачи работы:

1. Определить причины увеличения роли «мягкой силы» в международных отношениях в условиях глобализации.
2. Обозначить роль визуальной составляющей имиджа страны в условиях увеличения роли «мягкой силы» во внешней политике государств.
3. Охарактеризовать понятия «бренд», «имидж», «образ» и определить их специфику в рамках концепции «мягкой силы».
4. Проанализировать современное состояния имиджа государств и соотнести его с существующими механизмами политики «мягкой силы».
5. Определить основные формы и механизмы использования дизайна как инструмента «мягкой силы».

Объект исследования:

Процессы формирования пространства «мягкосилового» влияния в мире.

Предмет исследования:

Формирование имиджа страны и его взаимосвязь с визуальной составляющей.

Эмпирическая база исследования данной работы представлена широким кругом источников и литературы:

1. Материалы российских и международных СМИ, таких как BBC, Рен-ТВ, Лента.ру, Forbes, Vogue, Аргументы и факты, РИА, Известия, Ведомости, ТАСС, Российская газета и других;

2. Официальные сайты проекта Русские сезоны, Корсунской епархии, Эрмитаж, Alliance Française, [ShareAmerica](file:///C:\Users\Houme\Desktop\ShareAmerica), ИКОМ в России, ЮНЕСКО, Россотрудничество и Mercedes-Benz Fashion Week Russia;

3. Интервью профессора Джозефа Ная порталу «Известия» и священника собора Святой Троицы Парижа и руководителя Центра дополнительного образования при Корсунской Епархии Западного Экзархата иерея Иоанна Димитрова сайту «Православие.ру»

4. Результаты анализа многофункциональной SEO-платформы «Serpstat» сайта «Русские сезоны».

Теоретико-методологическая основа исследования представлена следующими специально-научными методами исследования:

– Исторический анализ этапов развития «мягкой силы, социокультуры и внешнеполитического имиджа;

– Контент-анализ источников и оценка их содержания;

– Кейс-стади – примеры дизайнерских кейсов, которые помогают развивать имидж РФ на примере сайта проекта «Русские сезоны», коллекций модельера Вячеслава Зайцев и архитектурного дизайна Российского духовно-культурного православного центра в Париже.

Практическая ценность нашей итоговой квалификационной работы состоит в том, что выводы и наблюдения, сделанные в ходе исследования, могут быть использованы при составлении лекций и методических рекомендаций по курсу «мягкая сила» во внешней политике государств», при чтении различных спецкурсов со схожей тематикой, а также в политической деятельности при продвижении политики «мягкой силы».

Структура исследования:

Структура исследования определяется поставленными целью и задачами и включает введение, три главы, заключение, список использованных источников и литературы.

В первой главе «Культура как фактор «мягкой силы» рассматриваются концепция «мягкой силы» и ее принципы, роль культуры в международной политике и в контексте «мягкосилового» воздействия.

Во второй главе «Дизайн как инструмент «мягкой силы» он рассматривается как часть социокультурного пространства, его роль в формировании имиджа государства.

В третьей главе «Дизайн как инструмент продвижения позитивного образа России» исследуются архитектурный дизайн – как идентичность русской дипмиссии (на примере Российского духовно-культурного православного центра в Париже), дизайн одежды как средство продвижения имиджа страны на международном рынке (на примере коллекций Вячеслава Зайцева) и веб-дизайн сайтов как способ трансляции национальной идентичности в сети (на примере сайта «Русские сезоны»).

ГЛАВА I. Культура как фактор «мягкой силы».

I.1. Концепция «мягкой силы» и ее принципы

Длительный процесс глобализации, активное распространение которого пришлось на ХХ век, возвысил влияние внешнеполитического имиджа из-за необходимости государств интегрироваться в мировое экономическое сообщество, обезопасить страну от внешнеполитического и военного давления извне, использовать поддержку международной общественности как ресурс в борьбе с внутренней политической оппозицией и для укрепления своих позиций в конкурентной политической и экономической борьбе с другими странами. Точно сконструированное представление о государстве за рубежом благотворно влияет на развитие бизнеса, экономики, культурных связей и межкультурной коммуникации. В этом контексте реализация политики «мягкой силы» стала реальным способом продвижения государственного имиджа на международной арене.

Концепцию «мягкой силы» в ряде своих работ впервые предложил в прошлом высокопоставленный представитель американского истеблишмента, прошедший путь от помощника заместителя госсекретаря до председателя Национального разведывательного совета и впоследствии заместителя министра обороны по вопросам международной безопасности, и по совместительству ученый-политолог Джозеф Най. Американский политолог термин «мягкая сила» впервые использовал в своей книге 1990 года «Bound to Lead: The Changing Nature of American Power», а потом развил его в книге 2004 года «Soft Power: The Means to Success in World Politics». В своих трудах Най подчеркивал, что мягкая сила – это форма политической власти, способность добиваться желаемых результатов на основе добровольного участия, симпатии и привлекательности, в отличие от «жёсткой силы», которая подразумевает принуждение против воли.

«Мягкую силу» Най определяет как «возможность получить желаемое через привлечение, а не через подавление. Такая сила возникает из привлекательности культуры той или иной страны, ее политических идеалов и политики»[[7]](#footnote-7).

Не только теоретический термин, но и сама концепция мягкой силы нашла практическое признание в реальной политике. Например, во время выступления на совещании послов и постоянных представителей РФ за рубежом в МИД России в июле 2012 года президент России В. В. Путин выразил мысль, что «политика «мягкой силы» предусматривает продвижение своих интересов и подходов путем убеждения и привлечения симпатий к своей стране, основываясь на ее достижениях не только в материальной, но и в духовной культуре, и в интеллектуальной сфере»[[8]](#footnote-8).

Тем временем главным проводником концепции «мягкой силы» в международном пространстве становится Федеральное агентство по делам Содружества Независимых Государств, соотечественников, проживающих за рубежом, и по международному гуманитарному сотрудничеству (Россотрудничество). Организация осуществляет функции по оказанию государственных услуг и управлению государственным имуществом в сфере обеспечения и развития международных отношений Российской Федерации с государствами - участниками Содружества Независимых Государств, другими государствами, а также в сфере международного гуманитарного сотрудничества и содействия международному развитию.

В Соединенных Штатах аналогичные функции помощи за рубежом выполняет Агентство США по международному развитию (USAID). Этот правительственный орган оказывает содействие в экономическом развитии и гуманитарную помощь в 60 странах мира. Но этим не ограничивается «мягкосиловая» политика Соединенных Штатов, например, как сообщают в монографии Г.Ю. Филимонов, О.Г. Карпович и А.В. Манойло, экспорт американской культуры неразрывно связан с интересами большого бизнеса – крупнейших медиа-холдингов, вещательных корпораций и финансово-промышленных конгломератов. Для американского сегмента транснациональной элиты «мягкая сила» США предстаёт действенным орудием трансляции своего влияния на внешний мир, что, помимо властных дивидендов, приносит и колоссальную прибыль, поскольку культура, в особенности масскульт, – один из самых дорогостоящих товаров[[9]](#footnote-9).

Широкую известность, благодаря своей эффективности, получила работа американской «неофициальной» цензуры. Ее результаты – актуальные сегодня и демонстрируемые всему миру политкорректность и идеологизированность, вместе с другими национальными ценностями стали визитной карточкой американской политики. Таких успехов в распространении идеологии удалось добиться в первую очередь, благодаря заслугам американского кинематографа, который в большой степени следует в русле официальной политической линии администрации США и государственной идеологии. Это одна из причин, по которой термин «неофициальная» целесообразно взять в кавычки.

По утверждениям исследователей, «голливудский кинематограф – один из основных инструментов неофициальной внешней культурной политики США, главный культурный продукт и идеологическое орудие современной Америки, средство формирования её имиджа на мировой арене»[[10]](#footnote-10).

Китай также усиливает свое транснациональное влияние. Сегодня диаспора поднебесной – одна из крупнейших на планете. В 2014 году ее суммарный капитал составлял 1500 млрд. долларов и до сегодняшнего дня он продолжает расти внушительными темпами. Например, в 2008 году число принадлежащих этническим китайцам-эмигрантам транснациональных компаний высшего уровня составило 111% по сравнению с 2001 годом[[11]](#footnote-11).

Из этих примеров мы можем видеть не только доказательство того, что политике «мягкой силы» страны уделяют значительное внимание, но и разнообразие ее инструментария. В рамках стратегии могут быть использованы как экономические, так и культурные, гуманитарные и научные факторы влияния. Эти факторы непостоянны и зачастую, в зависимости от возможностей и направления политических интересов страны могут меняться и объединяться между собой. Например, А.В. Шепелов рассказывает о том, что «сочетание различных направлений международного культурно-гуманитарного сотрудничества позволяет достичь основной цели политики «мягкой силы» Великобритании – обеспечения влияния и успешного продвижения британских ценностей в других государствах»[[12]](#footnote-12).

Но, как пишет М.А. Неймарк, определения, которые сам Най давал «мягкой силе» со временем в процессе научных изысканий исследователя претерпели изменения[[13]](#footnote-13). От кратких определений, таких как «мягкая сила» – это привлекательная сила, он переходит к более сложным. Например, «мягкая сила» – это способность заставить других хотеть того же, что хотите вы или «мягкая сила» – это способность формировать или переделывать предпочтения других, не прибегая к насилию и подкупу. Но самым полным определением «мягкой силы» можно считать: «способность влиять на других путем средств сотрудничества в формировании программы действий, убеждения и оказания позитивного привлекательного воздействия для достижения желаемых результатов»[[14]](#footnote-14).

Концепция, предложенная наем, нашла отражение в большом количестве других научных работ, где авторы давали свои уникальные определения этому процессу. Исследователи С.К. Песцов и А.М. Бобыло предлагают формулу «мягкой силы», которая включает три основных элемента. Первый, ресурсы, используется для производства двух других – привлекательности и желательного поведения. В данном случае под «мягкой силой» они понимают непосредственно процесс, в котором помимо «источников» или «ресурсов», к которым относятся национальное достояние (культура) и действия на международной арене (политика, дипломатия), участвует «механизм конвертации». Он трансформирует ресурсы «мягкой силы» в активы. Составными частями механизма являются «технические средства» (финансы, коммуникации) и «технологии» (наборы операций и действий для достижения результата). А также составной частью процесса являются «инструменты», при помощи которых обеспечивается привлекательность конкретной страны – это, например, имидж или образ[[15]](#footnote-15).

Свою характеристику термину «мягкая сила» дает М.М. Лебедева: «Самое распространённое понимание «мягкой силы» и явно доминирующее в России – это невоенные методы воздействия на противоположную сторону. При таком подходе экономическое и политическое принуждение, а также его другие виды попадают под определения «мягкой силой»[[16]](#footnote-16). При этом важно отметить, что автор проводит границу между такими методами воздействия, как «пропаганда» и «мягкая сила». Она разъясняет, что Дж. Най, который подчеркивал, что для «мягкой силы» характерна идея привлекательности и добровольного выбора и не свойственно использование методов принуждения, силового давления и шантажа, как и различных вариантов манипуляции, используемые «пропагандой», использует неолиберальный подход. А с точки зрения реалистского подхода, подразумевающего что в основе любой силы будь то «мягкой» или «жёсткой», оказываются собственные интересы, эти понятия становятся более близкими. Тогда и при использовании «мягкой силы» за счёт разных средств, в том числе и привлекательности, манипуляции сознанием людей, проявляется стремление в реализации собственных интересов.

В результате становится понятным, что одна из отличительных особенностей, характеризующих современную систему международных отношений, заложена не только и не столько «в том, чья армия сможет одержать победу, а в том, чей сюжет выиграет»[[17]](#footnote-17). И в качестве средства достижения победы одним из самых действенных факторов, благодаря своему проникновению и безусловной привлекательности, становится культура.

I.2. Роль культуры во внешней политике

В эпоху глобализации экспорт культуры и развитие межкультурных связей становятся общемировой тенденцией, охватывающей экономическую, социальную и, первостепенно, политическую сферы.

Неслучайно, сегодня одним из ключевых факторов, необходимых для сохранения государственности, общественной консолидации и успешного решения внутренних проблем является обеспечение национальной культурной безопасности. Он же является фундаментом для продуктивного ведения государством активной внешней политики.

Это взаимодействие культурных и политических процессов отмечает В.А. Абрамова: «Отличительной особенностью современного этапа развития человеческого общества является более тесная связь культурных и политических процессов. В области культуры, как и в других сферах общественной жизни, политика направляет социальную деятельность людей.»[[18]](#footnote-18). Стоит отметить, что культурная политика всегда играла значительную роль в политической сфере, однако лишь в конце XX века формируется тенденция к увеличению роли культуры в межгосударственных отношениях и межправительственных отношениях.

Усиление влияния культуры во внешней политике государств отражается в трудах таких ученых, как Дж. Най, Е. Борисова, А. Наумов, М. Филимонов и других. Как отмечает Р.С. Мухаметов: «Международная репутация любого государства определяется не только политическим весом и экономической мощью, но и культурным потенциалом. Пропаганда в зарубежных странах своего культурного достояния входит в число внешнеполитических крупных и малых государства. Иными словами, все государства рассматривают пропаганду своей национальной культуры как инструмент распространения политического влияния в мире»[[19]](#footnote-19).

На практике такой культурный обмен имеет различные формы. Например, Китай и его программа Институтов Конфуция, реализуемая при поддержке Китайского государственного комитета по распространению китайского языка за рубежом Министерства образования КНР и синологических зарубежных центров. Институты Конфуция – это сеть международных культурно-образовательных центров. Они открываются на базе уже существующих учебных заведений. Целью работы проекта является укрепление дружбы и взаимопонимания между Китаем и другими странами путем распространения информации о культуре, языке, экономике и социальной жизни Китая[[20]](#footnote-20). Здесь организовано обучение китайскому языку по утвержденным программам и консультирование по вопросам образования в Китае и его культуры.

Также примером может служить программа Соединенных Штатов «BridgeUSA» (с 2020 года включившая в себя все международные программы обмена, в том числе Work and Travel USA), «позволяющую иностранцам лучше понять культуру, политику и позицию Америки»[[21]](#footnote-21). Программа действует уже 60 лет и позволяет представителям частного сектора американского бизнеса ежегодно приглашать граждан других стран для летних рабочих поездок, стажировки, преподавания, ухода за детьми и других категорий деятельности. Ее миссия заключается в развитии лидеров, которые будут оказывать влияние на свои сообщества и страны в долгосрочной перспективе, способствовать взаимопониманию и культурному обмену. Такие программы – важный дипломатический и культурный инструмент внешней политики США.

Франция использует с целью популяризации собственных культурных ценностей Центры французского языка и культуры «Alliance Française» («Альянс Франсез»). Созданный в 1883 году в Париже центр «имеет своим призванием обеспечивать обучение французскому языку во всем мире, и своей миссией — способствовать диалогу культур»[[22]](#footnote-22). Сегодня в России работает 13 таких центров, которые как несут педагогическую миссию – обучение языку и разработка инноваций в области преподавания французского языка как иностранного, так и занимаются организацией культурных мероприятий. Представительства «Альянс Франсез» во всем мире являются связующим звеном между французской культурой и культурой других стран. Например, в Казани центр ежегодно приглашает всех желающих принять участие в культурных мероприятиях, посвященных «Франкофонии». В программе просмотр франкофонного кино, мастер-класс французской кухни, дискуссионный клуб, конкурс на знание французского языка и другие мероприятия[[23]](#footnote-23).

Этот опыт и опыт других стран позволяет нам сделать вывод, что что современная культура не только определяет формы социального взаимодействия людей, формирует национальную идентичность и гуманитарную ориентированность, но работает как инструмент политического влияния в международной политике, которому на государственном уровне уделяется большое внимание.

«В современных международных отношениях существует огромный, ранее практически не используемый потенциал «культурной привлекательности». Именно поэтому мы наблюдаем активное вовлечение культурного сектора во внешнюю политику государств и международных организаций. Отмечается рост исследовательского интереса со стороны европейских и российских исследователей, философов, политиков по изучению и интерпретации «мягкой силы», публичной дипломатии, культурной дипломатии. Развитие международных культурных отношений и «мягкой силы» становится приоритетным направлением в национальных стратегиях государств и региональных организаций»[[24]](#footnote-24), - подтверждает в исследовании данную мысль К. М. Табаринцева-Романова.

Роль культуры во внешней политике также подчеркивает стремление государств попасть в списки международных культурных организаций. Например, ЮНЕСКО объединяет 193 государства[[25]](#footnote-25). Только в 2019 году в список всемирного культурного наследия были включены 32 новых объекта из совершенно разных стран от Азербайджана, Албании, Бахрейна и Бразилии до Испании, Италии, Исландии и Канады[[26]](#footnote-26), а в список нематериального культурного наследия, которое «включает обычаи, формы представления и выражения, знания и навыки, передаваемые общинами из поколения в поколение»[[27]](#footnote-27), в том же 2019 году вошли 42 элемента из 55 стран[[28]](#footnote-28). Эти данные и характерный для непосредственно самой процедуры включения длительный и трудоемкий процесс, который требует от страны минимум 2,5 года оформления документов и проведения мероприятий для соблюдения всех требований Комитета всемирного наследия[[29]](#footnote-29), подчеркивают признание и популярность такого рода организаций.

По мнению Л.Е. Вострякова, одно из первых определений понятия «культурная политика» было введено в оборот именно на круглом столе ЮНЕСКО 1967 года в Монако[[30]](#footnote-30). В докладе «Политика в сфере культуры – предварительные соображения» под политикой в сфере культуры понимался «комплекс операциональных принципов, административных и финансовых видов деятельности и процедур, которые обеспечивают основу действий государства в области культуры», а ее реализация как «всю сумму сознательных и обдуманных действий (или отсутствие действий) в обществе, направленных на достижение определенных культурных целей, посредством оптимального использования всех физических и духовных ресурсов, которыми располагает общество в данное время»[[31]](#footnote-31).

Другая культурная организация – Международный совет музеев (ИКОМ) (International Council of Museums (ICOM), созданная в 1946 году, сегодня объединяет более 45 000 членов в 141 стране мира[[32]](#footnote-32). В России комитет совета музеев насчитывает более 950 индивидуальных и 130 коллективных членов-учреждений из разных регионов страны, таких как московские Музейно-выставочное объединение «Манеж», Международный центр Рерихов, Государственная Третьяковская галерея, музей-заповедник «Московский Кремль», санкт-петербургские музей-заповедник «Петергоф», Государственный Эрмитаж, Всероссийский музей А.С. Пушкина или музей-заповедник «Казанский Кремль», Национальный музей РТ, историко-культурный и художественный музей «Остров-Град Свияжск» в Татарстане[[33]](#footnote-33).

Организация, миссия которой заключается в охране и популяризации природного и культурного наследия, тесно связана не только с уже упомянутым выше ЮНЕСКО, но и имеет консультативный статус в Экономическом и социальном совете ООН. В числе партнеров ИКОМ – Всемирная организация интеллектуальной собственности (ВОИС/ WIPO), Интерпол, Всемирная таможенная организация (ВТО/WTO), что не только характеризует Международный совет музеев как влиятельное объединение, но и дает ей реальные инструменты влияния на международные процессы, включая борьбу с незаконным перемещением культурных ценностей и управление рисками в чрезвычайных ситуациях, в том числе защиту мирового наследия в ситуациях стихийных бедствий или техногенных катастроф.

Таким образом мы можем с уверенностью говорить о том, что политическая роль культуры и международных культурных организаций чрезвычайно высока и продолжает расти. Государства и государственные институты не только принимают в них участие, но используют их как реальный инструмент для защиты и тиражирования собственного материального и нематериального культурного наследия.

I.3. Культура в контексте «мягкосилового воздействия»

Международные отношения как значимая часть жизни человечества тесно переплетается со всеми сферами общества, включая искусство. Часть творческой элиты всегда находилась на службе у государства, взаимодействуя с народами через него и выражая политические идеалы через искусство. Существовало два типа самовыражения: «чистое искусство» - без политического подтекста и «искусство идеологии» несущее в себе национально государственную идею и выступающее посредником между государствами. Нести идеологию ему помогает сам принцип работы этого понятия, как это описал философ Луи Альтюссер: «Искусство дает нам видеть, то есть дает нам в форме «видения», «восприятия» и «чувствования» (не путать с формой познания) идеологию, из которой оно рождается, в которой оно пребывает, от которой оно, будучи искусством, себя отделяет и на которую оно намекает»[[34]](#footnote-34).

Передовые мастера критического реализма середины XIX века ощущали себя общественными деятелями, судьями и рецензентами существующего порядка. Они оголяли правду жизни и продвигали искусство демократии в противовес эстетической роскоши художников академистов, которые являлись защитниками традиционных ценностей. Это хорошо видно, например, в картинах Василия Григорьевича Перова, который с обличительным пафосом демонстрировал многие стороны простой будничной жизни на полотнах «Сельский крестный ход на Пасхе», «Чаепитие в Мытищах», «Проводы покойника», «Последний кабак у заставы», «Тройка», или «Приезд гувернантки в купеческий дом», в творчестве И.Е. Репина и В.И. Сурикова, которое считается вершиной критического реализма, и в целом борьба за право искусства обратиться к реальной жизни, которая привела в 1863 году к образованию Товарищества передвижных художественных выставок[[35]](#footnote-35).

Государство уважало и боялось неотъемлемых от национальной составляющей творческих групп, осознавая их возможность формировать сознание общества и отражать специфику политических и исторических процессов, опираясь на традиции, философию и психологию народа. Например, о «бунте четырнадцати», когда будущие художники-передвижники отказались от участия в конкурсе и попросили выдать им дипломы с присвоением звания «свободных художников», что лишало их в будущем возможных заказов, получаемых через Академию художеств, было доложено непосредственно императору Александру II, и хоть власть не стала предпринимать никаких репрессивных мер против художников и созданной ими «Петербургской артели художников», но ввела за ними надзор[[36]](#footnote-36).

Но также из истории мы видим, что часто культура, которая является совокупностью институтов, способных порождать, развивать, модернизировать и разрушать моральные ценности, начинает эксплуатироваться политиками для укрепления своей власти как внутри страны, так и за ее пределами.

В качестве примера следует рассмотреть такое течение как футуризм. Говоря о нем, мы рассматриваем прямую связь с идеями итальянского фашизма. И подобное переплетение встречается не только в произведениях, но и в политических предпочтениях художников. Филиппо Тоииазо Маринетти, будучи основоположником футуризма, одновременно выступал в качестве советника Муссолини по культуре. С момента основания футуристического движения Маринетти рассматривал его как новую государственную идеологию.[[37]](#footnote-37) Зарождение и длительная история данного направления в искусстве до прихода фашистов к власти, смогло уберечь футуризм от «позорного» статуса, что позволило и в наши дни оценить его художественные достоинства, которые заключаются в провозглашении приоритетов современной реальности жизни и создании новой эстетики мироощущения с такими идеями как: «любовь к опасности», «смелость, дерзость и бунт», «агрессивное движение», «гимнастический шаг».

В данном случае идеи Маринетти органично вписались в новый политический строй, что не привело к серьезному конфликту между задачами культуры и интересами государства, скорее, наоборот. Но политика всегда прагматична и функционально относится к искусству, не зависимо от государственного строя, демократична она или антидемократична. Это свойство противоположно общему характеру культуры, относящейся к себе нефункционально, что нередко ведет к конфликту.

Мирный конфликт между «политиком» и «художником» создает необходимое поле напряжения, заставляющее работать обе стороны и системы – создающую и эксплуатирующую. Творчество и политика связаны между собой, отражая социальную сторону жизни общества, отношения между индивидами и определяя участие страны в международных отношениях. В таком контексте появляется новая ветка культуры – идеология: «в любой человеческой культуре есть идеологическое измерение, но — только если мы рассматриваем эти культуры в контексте идеологий. Из этого следует, что все массовые мероприятия социальной жизни (спорт, увлечение здоровым питанием, летние отпуска и т.д.) и культурные артефакты (детские игрушки, поп-музыка, картины эпохи Возрождения и т.п.) могут рассматриваться как имеющие идеологическое измерение»[[38]](#footnote-38).

Все эти аспекты социальной культурной жизни могут быть использованы в качестве инструмента «мягкой силы» в формате международных отношений. Най говорил: «Мягкая сила страны напрямую зависит от ее привлекательности, которая зиждется на ее культуре, ценностях и их реализации, а также на политике государства — насколько в мире ее воспринимают законной. Зачастую мягкая сила хорошо развита у маленьких стран — посмотрите, например, на Норвегию или Сингапур»[[39]](#footnote-39), а также подчеркивал, что У России очень привлекательная традиционная культура: литература, музыка, изобразительное искусство. В глазах других народов она выглядит ярко. И в целом исследователь в интервью подчеркивал, что культура — главный источник российской мягкой силы.

Поэтому в концепции внешней политики России культуру, которая определяется как фактор «мягкой силы» на международной арене, можно использовать как гуманитарный ресурс государства для распространения богатого культурного потенциала. В современном мире «мягкой силой» обладают не только государства, но и новые субъекты: частные компании, корпорации, транснациональные компании (ТНК), международные некоммерческие организации (НКО).

Например, частные корпорации с собственной идеологией, видением будущего, корпоративными идеалами, ценностями, культурой, политикой, такие как Google, Apple, Microsoft, Amazon, Facebook, Walt Disney Company, Sony, Valve, Tesla Motors и SpaceX – все они постепенно превращаются в субъектов «мягкой силы», и это результат процессов экономических и социокультурных трансформаций цифровой эпохи[[40]](#footnote-40).

Они несут обществу идеологию, идеалы и видение будущего, часто трансформируя культуру и искусство через зрелищное взаимодействие с ними. Именно зрелищность выступает наиболее значимым компонентом современного видения культуры и искусства. Цифровая эпоха современности охватывает большую часть государств, отражая тем самым международный характер мировосприятия, которое основано на модернизированных эстетических категориях.

Наиболее ярким примером международного взаимодействия на основе зрелищности в искусстве является киноиндустрия. Премия Американской киноакадемии «Оскар» и «Золотая пальмовая ветвь» Каннского кинофестиваля – подобный опыт культурного взаимодействия можно считать эталонным успехом мягкого продвижения интересов государства через сферу искусства. Сегодня, благодаря развитию и популяризации цифровых технологий, не меньшее влияние имеют стриминговые и продакшн-сервисы, такие как Netflix, который «В 2018 году впервые обогнал конкурентов по количеству номинаций на «Эмми» — главную мировую телевизионную премию»[[41]](#footnote-41), а также музыкальные сервисы, такие шведский Spotify и его российские аналоги, такие как Яндекс.Музыка или Boom, которые сегодня ориентированы на отечественного слушателя: «У российских сервисов есть существенное преимущество: мы дольше работаем на рынке, лучше знаем и подстраиваемся под российского пользователя, — подтверждает Вера Горбуленко, директор по маркетингу «Объединенного Медиа Агентства» (работает с BOOM, «ВКонтакте», «Одноклассники»). — Еще один плюс — это локальные команды, которые отлично понимают нашу специфику и менталитет, адекватно оценивают уровень популярности того или иного артиста, группы. С этим учетом мы формируем витрины и рекомендации. В случае с нашими сервисами бонусом является и то, что они — часть социальных сетей с огромной аудиторией»[[42]](#footnote-42).

К современным методам диалога через искусство также можно отнести компьютерные игры, которые не только олицетворяют культурную доминанту страны через поведение персонажей, но и создают второй порядок взаимодействия: стримы, ролики, косплей, видеообзоры. Цифровая эпоха выстраивает глобальную коммуникационную среду, меняющую внешнеполитическую модель поведения международных акторов, позволяя использовать более мягкие инструменты давления. В данным случае такие примеры взаимодействия на основе зрелищности можно отнести к свойству суперинвазивности, для которого не существует физических границ, как для «жесткой силы». Об этом говорят многие учение в том числе И. Д. Тузовский отмечает, суперинвазивность – «важнейшее специфическое свойство «мягкой силы»[[43]](#footnote-43).

Так как искусство и культура являются ключевыми рычагами концепции «мягкой силы», эксперты все чаще обращают внимание на поддержание межгосударственного диалога на базе гуманитарных связей.

Сегодня фактор культуры как составляющей «мягкой силы» в мировой политике приобретает новое звучание, серьезно возрастает его влияние на общемировые социально-экономические процессы и межгосударственные отношения. Поэтому продвижение культурных ценностей за рубежом и расширение информационного присутствия за рубежом – это основная задача каждого государства в современном мире. Ведь по словам Ная, язык и культура – это «мягкая сила», которая играет ключевую роль в международных отношениях, влияя напрямую, или косвенно, на мировую политику и деловые связи[[44]](#footnote-44).

Стоит отметить также, что «мягкая сила» имеет не только внешнее, но и внутреннее применение. Суть его заключается в том, чтобы сохранять притягательность собственной культуры и образа государства в целом для своего же собственного населения. Поэтому можно сделать вывод, что государство оперирует «мягкой силой» одновременно внутри, так и за его пределами. Логично, что необходимость культурного протекционизма внутри государства появляется тогда, когда внутренний ресурс «мягкой силы» отдельно взятой страны ниже, чем внешний ресурс других стран. Например, такая риторика, о необходимости подобного культурного протекционизма, часто звучит в России и в Китае в контексте их «мягкосилового» противостояния с США.

Таким образом, мы выяснили, что роль культуры в политике ведущих мировых держав, таких, например, как Америка, Китай или Франция, очень высока, так же, как и роль международных культурных организаций. Это происходит из-за того, что культура, как часть концепции «мягкой силы», играет ключевую роль в международной политике. Она позволяет получить желаемое через привлечение, а не через подавление благодаря привлекательности культуры той или иной страны, ее политических идеалов и политики. Культура также используется и внутри государства как элемент «мягкой силы», чтобы сохранить притягательность собственной культуры и предотвратить «мягкосиловое» воздействие извне на собственное население.

ГЛАВА II. Дизайн как инструмент «мягкой силы».

II.1. Дизайн в социокультурном пространстве

Дизайн в современном мире получает динамичное развитие и охватывает все больше областей деятельности человека. Новейшие технологические возможности производства предоставляют дизайнеру чрезвычайно широкую палитру средств организации предметно-пространственной среды.

Прежде чем говорить о дизайне в контексте социокультурного пространства, стоит охарактеризовать непосредственно саму культуру и общество в целом, которые не могут рассматриваться в отрыве друг от друга. Собственно, именно общество, отличающееся свойственным ему типом культуры, и образует особые социокультурные мир или пространства.

А. С. Кармин дает определение социокультурным мирам и отмечает, что они относительно обособлены от внешнего окружения, а также то, что влияние иных культур не сказывается существенным образом ни на содержании их жизни, ни на их исторической эволюции (если только она не прерывается насильственно завоевателями)[[45]](#footnote-45). По мнению исследователя каждый социокультурный мир – это своего рода отдельный остров архипелага человеческой культуры, существующий относительно независимо от других. Социокультурные миры могут быть замкнуты в сферу какой-либо отдельной этнической культуры (например, мир Древнего Египта или мир инков) или охватывать народы и страны (мир европейского Средневековья или арабской культуры). Поэтому в контексте применения «мягкой силы» более уместно рассматривать дизайн как инструмент социокультурного пространства.

Его характеристику, например, описывает О.Е. Орлова: «Иначе говоря, данная категория оказывается формой, способной вместить и структурировать все многообразие существующих на сегодняшний день подходов к описанию и определению сущности социальных и культурных изменений. Правомерность внедрения данного термина многие ученые объясняют еще и фактом невозможности исследования социальной реальности в отрыве от культурной и наоборот. Несмотря на широкое использование в научной литературе, понятие «социокультурное пространство» имеет довольно слабое теоретическое обоснование. В философских, культурологических, социологических исследованиях, как фундаментальных, так и имеющих прикладной характер, термин «социокультурное пространство» используется как исходная категория, не требующая дополнительной теоретической аргументации, как собирательный образ, вмещающий все многообразие существующей реальности»[[46]](#footnote-46).

Но по мнению исследователя А. С. Кармина культурное пространство имеет более точную характеристику: «это пространство, образованное множеством феноменов культуры, переплетающихся и взаимодействующих между собой»[[47]](#footnote-47)

Т.В. Митрохина, рассматривая процесс развития дизайна в социокультурном пространстве, связывает его, например, в контексте городского пространства, с интенсивным процессом урбанизации. Она отмечает, что в данном контексте он начал видоизменяться, потеснив традиционно использовавшиеся до него малые архитектурные формы, элементы монументально-декоративного искусства[[48]](#footnote-48).

В целом изменения в социально-экономической жизни, наблюдаемые во всем мире на протяжении трех последних десятилетий, такие как реформы в сфере образования и науки, всеобщая модернизация, растущая информатизация, культурные и технические инновации, приводят к усложнению социокультурного пространства и, как следствие, имиджевой составляющей.

Рождение дизайна знаменовало собой переход общества на новую ступень - ступень «проектной» культуры. Этот переход основан на убеждении, что новое должно быть лучше, эффективнее старого, при этом «новое» и «эффективное» нужно сначала спроектировать, сконструировать. В результате поле приложения усилий дизайнеров расширилось беспредельно: от проектирования внешних, визуально воспринимаемых форм вещей до проектирования новых общественных структур.

Рассматривая различные проявления дизайна, мы убеждаемся, что его практика постоянно расширяется: в его сферу входят выставочный дизайн, полиграфический дизайн, дизайн одежды, ставший модным в нашей стране ландшафтный дизайн, рынок услуг непредметного дизайна, составляющий большую часть дизайна.

В последние годы, когда с развитием компьютерной техники практически вся человеческая деятельность переместилась в трехмерное пространство компьютерных систем, где машины выполняют не только вычисления, но и являются одним из основных способов коммуникации, достигли необходимого уровня, отвечающего двум главным требованиям удобства: скорости и отсутствия необходимости в перемещении человека для передачи информации, человечество тем не менее не утратило при этом любовь к прекрасному. Наиболее распространенным видом деятельности современного дизайнера является создание макета для сайтов или web-дизайн, а также дизайн предметов быта (промышленных изделий) и интерьера.

Сегодня дизайн продолжает оказывать огромное влияние на социальную жизнь. Например, скандинавский стиль – сегодня один из самых популярных стилей дизайна интерьера, распространенных по всему миру, востребованных как на своей родине, так и в странах Северной Европы - Дании, Финляндии, Швеции, Исландии и Норвегии и получивших широкое распространение в таких крупных странах, как США, Канада или Россия.

Первоначально эстетика стиля вытекает из особенностей географического расположения этих стран с достаточно суровым климатом. Концепция скандинавского дизайна в противоположность суровой природе наполнена светом и воздухом, ее отличает естественность и легкость. И это неслучайно - скандинавский стиль олицетворяет гармонию человека с природой и базируется на эко-материалах, светлой цветовой палитре и большом количестве света. Топоним вошел в обиход только в конце XVIII века, когда основанная в 1775 году датская мануфактура The Royal Porcelain Factory уже вовсю выпускала свою продукцию[[49]](#footnote-49).

Сегодня у лаконичного, функционального, комфортного и экологичного «северного интерьера» есть все шансы стать интернациональным благодаря широкому международному признанию. Россия — не исключение. На ее просторах у сканди масса поклонников: то ли дело в климатическом сходстве с нашими северными соседями, то ли — в растущей популярности скандинавских сериалов и датского хюгге. А может, все объясняется желанием жить в модном европейском интерьере или российской экспансией шведской IKEA. В любом случае, тренд налицо — каждый третий московский клиент хочет «скандинавский интерьер»[[50]](#footnote-50).

Дизайн мебели IKEA пронизан шведскими традициями, одной из которых является культ простоты. Поэтому основные задачи мебели и других предметов домашнего обихода – сделать пространство красивым и адаптировать его к повседневным потребностям каждого человека.

IKEA как инструмент «мягкой силы» несет скандинавскую культурную традицию по всему миру – сегодня компания представлена более чем в 30 странах мира[[51]](#footnote-51), а каталог, который в последний раз выпускается весной 2021 года, в течение 70 лет был одним из самых уникальных и культовых продуктов – самым массовым изданием в мире с тиражом больше, чем у Библии или Корана[[52]](#footnote-52).

Другим примером может служить еще одно скандинавское направление дизайна – хюгге, впервые появившееся в датской письменности в 1800-х годах. Этот стиль интерьера, зародившийся в Дании, стал олицетворением истинного уюта. Концепция хюгге проявляется не только в приятной милой картинке, которая предстаёт в мягком, исполненном в пастели оттенков интерьере. Она охватывает многие аспекты жизни, помимо дизайна помещений, это и предметы интерьера и в целом отношение к жизни – думать о вещах, которые заставляют чувствовать себя счастливым и спокойным.

Сегодня слово «Hygge» вошло в список самых популярных слов 2016 года по версии Оксфордского словаря[[53]](#footnote-53). Поиски причины, по которой Дания находится на первых местах в рейтингах самых счастливых стран мира, показали, что одним из факторов является Hygge (хюгге) – умение находить счастье в повседневных вещах и явлениях.

Концепция хюгге, получив мировую популярность, нашла отражение еще и в манере отдыхать и путешествовать – хюгге-туризме. В данном случае термин означает путешествия, позволяющие ощутить состояние покоя, умиротворённости, прочувствовать каждое мгновение поездки посредством насыщения туристской программы деталями, соответствующими концепции хюгге. Действительно, основным продуктом в таком отдыхе являются эмоции и впечатления, полученные во время путешествия. Считается. Что эмоции, получаемые «хюгге-туристами» – это общение и понимание, чувство дома, покой, безмятежность, защищённость, тепло, расслабление, уют и умиротворение. Как отмечает Н.В. Колесникова, в Российской Федерации одной из перспективных хюгге-дестинаций является Республика Карелия[[54]](#footnote-54).

Долгие годы в нашей стране дизайну уделялось меньше внимания, чем он того заслуживает. Это привело к однообразию в визуальных образах. Лишь в конце 80-х - начале 90-х гг. XX века в России дизайн стал развиваться более активно, чему способствовали следующие факторы: рыночная экономика, повышение качества жизни, интенсификация производства, создание новых материалов и технологий для творческого процесса. Стала активно вестись профессиональная подготовка художников-дизайнеров, возникают творческие союзы дизайнеров, проводятся выставки, выпускается специальная литература.

Рождение дизайна знаменовало собой переход общества на новую ступень - ступень «проектной» культуры. Этот переход основан на убеждении, что новое должно быть лучше, эффективнее старого, при этом «новое» и «эффективное» нужно сначала спроектировать, сконструировать. В результате поле приложения усилий дизайнеров расширилось беспредельно: от проектирования внешних, визуально воспринимаемых форм вещей до проектирования новых общественных структур.

В результате мы можем сделать вывод, что дизайн сегодня является не просто частью социокультурного пространства, но и формирующим его звеном, которое во многих случаях может выступать в качестве элемента «мягкой силы». Дизайн благодаря тому, что может нести культурный код, способствовует глобальному распространению позитивных ценностей различных наций или народностей.

Но сказанное выше позволяет нам также сделать вывод, что такие свойства позволяют дизайну быть не только инструментом мягкосилового воздействия, но и одновременно являться полноценной частью каркаса, формирующего имидж государства.

II.2. Роль дизайна в формировании имиджа государства.

Как пишет С.В. Андреева, применительно к человеку имидж можно описать как «внешнее отражение личностных характеристик человека», а в целом имидж – это «целенаправленно формируемый образ какого-либо лица, явления, предмета, призванный оказать эмоционально-психологическое воздействие на кого-либо в целях популяризации, рекламы и т.п.»[[55]](#footnote-55).

По сути, сегодня имидж это своеобразная визитная карточка, создаваемая личностью для окружающей ее социальной действительности, ориентированный на восприятие извне, предполагающий или провоцирующий возможную реакцию на такой образ или впечатление, которое необходимо произвести на окружающих.

Имидж, как понятие употребляется очень давно, еще в 60-е годы XX века американский экономист Болдуинг ввел его в деловой оборот[[56]](#footnote-56). Из экономики имидж как инструмент быстро распространился на политологию. Например, понятие «имидж» использовал Рассел Ривз в 1956 году при проведении рекламной кампании кандидата в президенты Эйзенхауэра. В России активное распространение термин получил лишь с 1990-х годов, когда самым известным имиджмейкером в стране стала дочь Бориса Ельцина Татьяна Дьяченко во время выборов 96-ого года.

Рука об руку с имиджем идет понятие «образ», что по сути является прямым переводом слова «имидж» с английского языка, но на русском трактуется несколько по-другому.

С.В. Андреева отмечает, что образ – это результат и идеальная форма отражения объекта (предметов и явлений материального мира) в сознании человека и подчеркивает, что образ заложен в человека природой и он не управляем, рождается и живет в сознании окружающих[[57]](#footnote-57). По мнению автора в данном контексте имидж «работает» над образом, то есть выделяет из общего базового набора характеристик наиболее привлекательные. Также происходит и с явлениями и процессами. А Д.А. Вылежагин говорит, что образ «возникает произвольно», в отличии от имиджа, который «является целесообразно и програмно конструированной категорией»[[58]](#footnote-58). Оба эти определения, как и определения других авторов, не противоречат и дополняют друг друга. Все они подчеркивают образ – продукт естественного происхождения, тогда как имидж создается искусственно, что важно, когда мы говорим именно об имидже в политическом контексте.

Также исследователь подчеркивает, что в современном мире имидж является в большей степени политической категорией и в условиях современного общества, когда роль коммуникаций в политике многократно возрастает, он превращается в один из основных ее механизмов.

Имидж государства можно рассматривать как многофакторное явление. Он может быть как экономическим или политическим, так и культурным. Все зависит от того, какая сфера является основой в процессе его формирования. Поэтому рассматривать его можно как и комплекс различных характеристик государства (экономических, географических, национальных, культурных, демографических и многих других), которые формировались в процессе его развития. Как и другие факторы, культура играет большую роль в формировании имиджа современного государства. А с усилением и развитием глобализации как явления и возможностей дистанционного обмена культурными ценностями ее роль возрастает многократно.

Культура, как целостное явление, делает людей, населяющих отдельно взятую территорию, не просто населением, а народом, нацией. В понятие культуры входят как религия, наука и образование, так и нравственные нормы поведения людей и власти. Помимо этого, культурная политика, как важная часть современных бренд-технологий, включает в себя такие инструменты, как кино, музыку, искусство и литературу. Они очень важны, потому что добавляют яркость, стиль и лоск в представление о стране.

Если обобщить, то можно сказать, что сегодня культурной политика любой страны работает для поддержания и укрепления ее традиционного имиджа. А он, в свою очередь, основан на общих распространенных представлениях о историческом и духовном величии государства, то есть в том числе на богатстве художественных, архитектурных, культурных и иных памятников прошлого, а также ее культурном достоянии, которое включает в себя как, например, музыку, балет, театр или изобразительное искусство, так и мебель, уникальные коллекции одежды, парфюмерию, кулинарию и другие атрибуты.

Как пишет Н.И. Чеботарева, символический капитал культуры – это коллективная память, культурные символы, образы, духовная сфера социума[[59]](#footnote-59). С этой точки зрения имидж государства его неотъемлемая часть и она основана на вере людей, которые ценят этот капитал, и он имеет над ними символическую власть. Такой капитал может быть притягательным не только для собственного народа, но и для других стран, все зависит от привлекательности культурных ценностей конкретной страны. Причем, это относится не только к «высокой» культуре, но к «массовой», такой как поп-музыка или кино.

Например, советская торговая реклама и прикладная графика 1920-х гг. получила признание в Париже[[60]](#footnote-60). Тогда он рассказала Франции и миру о совершенно незнакомой жизни советских людей. Реклама, которая предлагала покупать нехарактерные товары – учебники, галоши, резиновые соски для детей, а также звала за покупками только в ГУМ, как и конфеты с новой техникой и государственными лидерами на этикетках, произвели неизгладимое впечатление.

Тогда она работала не только для внешнего, но и для «внутреннего рынка». Например, в 1919 году подотдел художественного труда отдела изобразительного искусства Народного комиссариата по просвещению организовал конкурс на лучшие «киоски для распространения произведений печати». Книжные и газетные киоски рассматривались не просто как торговые точки, но прежде всего как центры информации и политической агитации**[[61]](#footnote-61)**.

Для него советский живописец, график, скульптор, фотограф, художник театра и кино, а также один из основоположников конструктивизма, родоначальник дизайна и рекламы в СССР Александр Михайлович Родченко спроектировал трехгранный киоск с несущим центральным стержнем, подчеркивавшим развитие формы по вертикали.

На эти формы монтировались все остальные атрибуты – выставочные стенды, трибуны, экраны или часы. Текст лозунгов дня выполнялся характерным для тех лет трафаретным шрифтом. Окрашенные плоскости должны были напоминать паруса, а сам киоск — плывущий по улице корабль.

Серьезность отношения властей к визуальной культуре подчёркивает и то, что с 1923 по 1926 годы Владимир Маяковский сочинил сотни рифмованных рекламных текстов для Моссельпрома, Госиздата, Мосполиграфа и других государственных учреждений.

Дизайн сегодня – это одно из важнейших средств культурной коммуникации в мире. Он, как вид проектно-художественной деятельности, связанной с разработкой предметного окружения человека, систем визуальной коммуникации и информации, организацией жизни и деятельности человека на функциональных, рациональных началах, использует большой арсенал проектных средств, которые «подчинены выявлению общекультурного, художественно-образного понимания дизайнером всего комплекса проблем предметного мира и мира коммуникации»[[62]](#footnote-62).

Значение дизайна в политике, как государственной, так и международной подчеркивает заведующая кафедры дизайна МКИГ Маргарита Владимировна Решетова: «Дизайнер – это, прежде всего, человек, чувствующий отечественную культуру и ее место в международном содружестве. Кроме этого, он понимает, что через призму материально-предметного окружения формируется отношение человека к окружающему миру. В настоящее время профессия дизайнера отхватывает все сферы современной жизни»[[63]](#footnote-63).

Ну и наконец, дизайн, как часть культуры, связующее звено во всем ее многообразии, становится важнейшим инструментом «мягкой силы», в основе которой наряду с другими лежит цель построения позитивного имиджа государства.

Так, например, как пишет О.А. Мельникова, с 2011 года, когда МИД России запустил обновленную версию своего официального сайта, его посещаемость начала существенно расти. Разработчики обновили дизайн, сделали более удобную навигацию и запустили версии страницы на английском, французском, немецком и испанском языках, все это, даже несмотря на официальный характер размещаемого контента (официальные документы, заявления, комментарии, итоги переговоров и многое другое), помогло увеличить посещаемость ресурса. Год от года она растет. Исследователь пишет: «в 2014 году количество обращений выросло на 26 169 или 45,8% по сравнению с активностью в 2013 году. Количество посещений иноязычных страниц сайта в 2014 году достигло 83 249, что в среднем за месяц составляет 10 406 просмотров»[[64]](#footnote-64).

Зная, что в своей политике Россия уделяет существенное внимание «мягкой силе», о чем свидетельствует активное развитие телевизионного канала «RussiaToday», который настолько популярен, что в Великобритании его «уже прямо обвиняют в создании угрозы национальной безопасности»[[65]](#footnote-65), развитие приложения к изданию «Российская газета» - «Russia beyond the headlines» и других информационных направлений, мы можем судить, что такое серьезное внимание к дизайну сайта МИД – это целенаправленная «мягкосиловая» политика.

Не меньшее внимание дизайну в формате «мягкосилового» воздействия уделяют и в вышеупомянутой Великобритании, где креативный класс, который в том числе включает в себя и дизайн, контролируется специальной рабочей группой в рамках Министерства культуры, СМИ и спорта, которая в 1997 году была учреждена правительством Тони Блэра. А в отдельно взятом Манчестере в 1999 году городской совет совместно с правительством региона и местными инвестиционными и культурными органами учредил городскую Службу развития культурных индустрий (Cultural Industries Development Service). Она имеет годовой бюджет в 1,4 миллиона долларов и занимается предоставлением информации и консультированием независимых предпринимателей из креативных индустрий[[66]](#footnote-66).

Важную роль дизайна в международной политике, а в частности в контексте формирования имиджа государства, подчеркивает и то, что в недавнем конфликте между Россией и Всемирным антидопинговым комитетом WADA[[67]](#footnote-67) одним из штрафных ограничений, на котором настаивал комитет, являлся запрет выступления русских спортсменов в национальных цветах и с гербами на форме на 4 года. Однако по решению Спортивного арбитражного суда CAS запрет будет действовать до 16 декабря 2022 года[[68]](#footnote-68). Но самое главное, что запрет по форме был существенно смягчен, что вызвало резонанс в зарубежных СМИ и спортивной индустрии. А прошедшая в апреле презентация новой формы российских спортсменов с дизайном компании «Zasport», в которой они должны будут поехать на Олимпийские игры в Токио и вовсе вызвала шквал негативных отзывов. Все дело в том, что авторам удалось не только учесть все запреты и рекомендации Международного олимпийского комитета, как отметила основатель бренда Анастасия Задорина[[69]](#footnote-69), но и выставить национальный триколор на первый план и привлечь к своему дизайнерскому решению внимание мировой общественности. В результате в контексте концепции «мягкой силы» из позиции проигравшей стороны Россия смогла извлечь максимум пользы. А ситуация продемонстрировала насколько важным может быть дизайн как элемент культуры в контексте международной политики и какую важную роль он может играть в процессе формирования имиджа государства.

Подводя итог, мы можем сделать вывод, что дизайн как явление оказывает огромное влияние на социальную жизнь и такие его направления, например, как скандинавский стиль или хюгге уже давно не являются исключительно национальной привилегией, а представляют собой интернациональный культурный феномен, который формирует имидж своих стран-родоначальников.

Дизайн работает как средство формирования имиджа, в том числе имиджа государства и в этой связи выступает одним из важнейших элементов «мягкой силы», одна из целей которой – как раз создание позитивного восприятия одной страны другими. Важность дизайна в международной политике подчеркивается пристальным вниманием к нему на государственном уровне и тем, что развитию дизайна, как части креативного кластера, уделяется пристальное внимание, базирующееся на серьезном экономическом фундаменте.

ГЛАВА III. Дизайн как инструмент продвижения позитивного образа России.

III.1. Архитектурный дизайн – как идентичность русской дипмиссии (на примере Российского духовно-культурного православного центра в Париже)

В контексте использования архитектурного дизайна, как способа реализации российской политики «мягкой силы» за рубежом, в первую очередь стоит сказать о Российском духовно-культурном православном центре в Париже. Идея создания такого центра с главным, в контексте рассматриваемой нами темы, элементом – кафедральным собором возникла еще в 2007 году. Ее на встрече обсуждали патриарх Алексий II и президент Франции Николя Саркози. Центр предназначен для знакомства французской публики с российской культурой и популяризации русского языка.

Подходящее место выбирали в течении двух лет. И неслучайно, так как расположение на фоне Эйфелевой башни сейчас является одним из ключевых преимуществ комплекса. В результате 3 февраля 2010 года Россия выиграла тендер на приобретение участка на набережной Бранли[[70]](#footnote-70). В нем также участвовали Саудовская Аравия и Канада, что говорит о его популярности. Раньше на этом участке располагалась метеослужба Франции, которая получила новое и более современное здание в другом месте.

В итоге на участке был построен целый комплекс зданий в составе которого есть большой зал для концертов и конференций, офисы, русско-французская школа, библиотека, книжный магазин и выставочное пространство. Примечательно также и то, что здание русского Духовно-культурного центра в Париже имеет юридический статус неотъемлемой части посольства России во Франции, то есть является частью России и соответственно пользуется дипломатическим иммунитетом.

С точки зрения дизайна наиболее важным и интересным звеном всего ансамбля комплекса стал Свято-Троицкий собор. Его важное значение подчеркивает еще и то, что это первый русский след в парижской архитектуре после сооружения в 1896-1900 годах моста Александра III через реку Сена, а также удачное местоположение. Он расположен рядом с одноименным музеем Жана Нувеля и Эйфелевой башней, примыкает к дворцу Альма, занятому различными государственными учреждениями, в том числе – отделами администрации президента Франции[[71]](#footnote-71).

Кафедральный собор Святой Троицы единовременно вмещает в себя до 600 прихожан и находится в ведомстве Русской Православной Церкви. Он продолжает традиции храма Трех Святителей на улице Петель, который работал в Париже еще с 1931 года. Новый собор полноценно функционирует, здесь проводят крещения, венчания и молебны.

С точки зрения дизайна Российский духовно-культурный православный центр на набережной Бранли является уникальным – он сочетает в себе светское и церковное понимание культуры, а также традиционный дизайн и модерн. Для России это и вовсе первый смелый опыт подобного совмещения.

К разработке проекта было приковано пристальное внимание как российской, так и французской стороны. Например, победитель конкурса проектов известный постмодернист Мануэль Нуньес-Яновский не устроил на тот момент мэра Парижа Бертрана Деланоэ, и архитектора заменили на хорошо знакомого французским и российским заказчикам Жана-Мишеля Вильмотта. Генподрядчиком строительства выступила известная и надежная компания Bouygues Bâtiment Ile-de-France, победитель Премии ведущей международной выставки недвижимости[[72]](#footnote-72), которая строила Парижский зоологический парк, здание Министерства обороны Франции и в будущем будет строить Олимпийский аквацентр[[73]](#footnote-73).

Здание расположено среди деревьев, что отвечает типичной для 7-го округа Парижа схеме «здание в саду»: из 2830 квадратных метров открытых пространств 500 квадратов занято озеленением. Ландшафтный проект разработал архитектор Луи Бенеш, который занимался реконструкцией сада Тюильри и розария в Павловске. При выборе видов флоры он вдохновлялся «равнинами России». Во дворе образовательного корпуса высажены липа монгольская и клен трехлопастный, во фруктовом саду со стороны дворца Альма растут боярышник восточный, мушмула, груша, декоративная яблоня-сибирка различных видов, дзельква граболистная, со стороны проспекта Раппа ольха черная, а вокруг собора клен татарский. Все это не только придает колорит ансамблю зданий, но и создает островок России в центре Парижа, привлекая своей экзотичностью посетителей.

«Четыре строения вписываются в квартал. Ничего не было сделано случайно. Собор расположен на одной оси с дворцом Альма, который мы заново для себя открываем. Все фасады же выходят на авеню Рапп. Это продолжение города», - подчеркнул сам Жан-Мишель Вельмонт[[74]](#footnote-74).

Архитектурной доминантой комплекса является храм – его фасад, как и трех корпусов вокруг, облицован бургундским известняком из каменоломни Массанжи. Этот материал использовался для многих сооружений Парижа, к примеру, ансамбля Трокадеро. На реализацию проекта Жан-Мишеля Вильмотта ушло более 12 000 блоков различных профилей.

Бетонные стены собора заливали в один прием и такая высота заливки, 17 метров, является рекордной для Франции, до этого лидерство принадлежало комплексу Национальной библиотеки Доминика Перро, где высота заливки составляла 15 метров.

Примечательны и купола собора, они были изготовлены из композитных материалов, используемых в судостроении и для изготовления самолетов, это было премьерное использование таких технологий в архитектуре. Такие изделия весят гораздо меньше, чем традиционные купола, всего восемь тонн, тогда как классические около сорока двух, изготавливаются гораздо быстрее за счет фабричного метода. Их покрытие также инновационно – сплав золота и палладия или белое золото. Оттенок куполов храма отличается от классического яркого желтого металла и символизирует сам замысел архитектора – контраст современного и классического. Форму пяти куполов храма Святой Троицы корректировал и утверждал лично патриарх Кирилл.

При этом кресты, установленные на куполах, были спроектированы и рассчитаны в Москве, а изготовлены на Урале, в Челябинской области. В целом вся конструкция – это контраст модернистского фасада и традиционных для архитектуры православных храмов куполов и форм, сочетание современных западных технологий и Российских традиций.

Значение этого здания и смысловую нагрузку контрастного дизайна подчеркнул Александр Орлов,посол Российской Федерации во Франции: «Я бы сравнил его появление на набережной Сены, кстати, внесенной в список мирового  культурного наследия ЮНЕСКО, с возведенным в 1900 году мостом Александра III, который считается символом франко-российского союза, заключенного в 1893 году. Так что, по моему глубокому убеждению, этому центру предначертано быть витриной русской цивилизации и исторической вехой в отношениях между нашими странами. Все говорит о том, что он станет материальным воплощением духовной и культурной общности между народами России и Франции, местом встреч людей разных конфессий, политических взглядов»[[75]](#footnote-75).

Контраст созданного образа отметил и русскоговорящий французский писатель и философ Мишель Ельчанинов: «Этот собор является форпостом другой Европы - ультраконсервативной и антисовременной - в самом сердце страны терпимости и секуляризма»[[76]](#footnote-76).

Политическую значимость возведения собора подчеркивали и зарубежные специалисты, например, обозреватель New York Times Эндрю Хиггинс, процитированный в этом же материале русской службы BBC, прямо заявляет, что «с помощью веры Владимир Путин пытается распространить влияние своей страны» и то, что «проект является частью усилий Кремля позиционировать себя как законного наследника «Святой Руси» и поборника традиционных ценностей в противовес декадентской ереси и либеральной демократии»[[77]](#footnote-77).

Значимость подчеркивает и церемония открытия 2016 года, которая состоялась в присутствии министра культуры РФ Владимира Мединского, мэра Парижа Анн Идальго, а также гостей, среди которых были мэр 7-го округа Парижа Рашида Дати, посол РФ во Франции Александр Орлов, парижские политики, представители культурой элиты города, дипломаты[[78]](#footnote-78). Позже в мае 2017 года Российский духовно-культурный центр посетил президент России Владимир Путин во время своего визита во Францию.

«Мягкосиловой эффект» от возведения центра не заставил себя ждать и уже в Дни национального достояния Франции в 2017 году, во время которых традиционно открыт свободный доступ к объектам культуры и государственным учреждениям, из 15 000 объектов Троицкий кафедральный собор и Духовно-культурный центр стали одним из самых посещаемых мест в Париже[[79]](#footnote-79). Их рекомендовали посетить такие крупные, как «Le Monde» и «Le Figaro». 16 и 17 сентября гости Парижа и туристы выстаивали часовые очереди, чтобы попасть в храм и посетить выставки в экспозиционных залах Духовно-культурного центра.

В соборе гостей встречали священнослужители и сотрудники центра, они отвечали на вопросы посетителей и проводили экскурсии. В итоге за два дня центр посетили более 12 000 человек.

Тогда Троицкий кафедральный собор и Духовно-культурный центр в Днях национального достояния участвовали впервые, но им удалось повторить успех. И, например, 19 и 20 сентября, когда собор и центр приняли участие в мероприятии уже в четвертый раз, по информации Корсунской епархии, собор все также наводнили многочисленные посетители[[80]](#footnote-80).

Открытие собора произвело такой резонанс, что даже известный французский сатирический еженедельник Charlie Hebdo вынес на обложку тему его открытия с традиционной карикатурой[[81]](#footnote-81). Этой теме также была посвящена м статья на одной из полос издания. Материал проводил краткий экскурс в историю православия в России в ХХ и начале ХХI века, а также рассказывал о истории открытия храма в привычной критичной и насмешливой манере.

Открытие собора также привлекло не только туристов и СМИ, но и православную молодежь. Как рассказывал в интервью сайту «Православие.ру» священник собора Святой Троицы Парижа и, по совместительству, руководитель Центра дополнительного образования при Корсунской Епархии Западного Экзархата иерей Иоанн Димитров: «Когда открылся Троицкий собор в Париже, именно молодежь обеспечила незаметные, но жизненно важные функции в новом соборе и в старом кафедральном храме. В Троицком соборе молодежь стала заниматься лавкой и поддержанием чистоты в храме, и успешно продолжает этим заниматься по сей день. В старом храме из молодых активистов был организован новый церковный хор, на замену перешедшему за архиереем в собор. Так что при входе в наши кафедральные храмы можно увидеть много молодых лиц, задействованных в жизни прихода. Для нас всех это самый большой успех»[[82]](#footnote-82).

Духовно-культурный центр продолжает проводить мероприятия для привлечения молодежи. Например, именно сюда студентов и преподавателей Сорбоннского университета пригласили в 2019 году на базе центра опробовать силы, написав географический диктант[[83]](#footnote-83).

Оставил Троицкий собор свой след и литературе – в издательстве «Эксмо» вышла в свет книга активного общественного православного деятеля во Франции и одного из руководителей сайта Корсунской епархии Русской Православной Церкви Ксении Кривошеиной «Золотые купола над Парижем». В ней она рассказала об истории возведения собора на парижской набережной Бранли.

В результате можно сделать вывод, что возведение Духовно-культурного центра в Париже и Троицкого собора в его составе стало важным инструментом продвижения российской «мягкой силы» во Франции. Проект решил сразу несколько важных задач.

В первую очередь с точки зрения дизайна он смог проложить мост от православной классической архитектуры до модернизма современной европейской архитектуры и стал заметной точкой и туристическим объектом на карте Парижа. Благодаря своему фасаду и ландшафту территории он до сих пор привлекает внимание большого количества туристов к комплексу и косвенно внимание аудитории к российскому православию.

Также появление комплекса вызвало резонанс в СМИ, получило широкую огласку и цитируемость. О нем писали крупные французские таблоиды, что тоже увеличивало «мягкосиловое» влияние России во Франции.

Ну и наконец, Духовно-культурный центр в Париже начал привлекать молодежь, что можно назвать одним из промежуточных результатов работы «мягкой силы».

III.2. Дизайн одежды как средство продвижения имиджа страны на международном рынке (на примере работ Вячеслава Зайцева)

Мода традиционно оказывала колоссальное внимание на жизнь общества, демонстрируя эстетические идеалы, воздействуя на идеологические взгляды, объединяя культурные и социальные группы, формируя национальную идентичность, которая, в свою очередь, создает представление о целых народностях, этносах и государствах.

В современном мире, где дизайн способен выступать инструментом «мягкой силы», формирующим внешнеполитический имидж страны, мода, естественно, также принимает непосредственное участие в этом процессе. Например, сегодня Милан, Лондон и Париж считаются столицами моды и стиля, привлекая внимание представителей данной индустрии, тем самым транслируя свои успехи на зарубежные территории и формируя позитивное восприятие всей страны как среди всемирного модного комьюнити, так и даже среди части людей далеких от мира моды.

В контексте моды и дизайна одежды, говоря об успехах России в этой сфере на международной арене, нельзя не упомянуть талантливого модельера Вячеслава Зайцева. Его активная работа формирует образ России, как колыбели самобытной моды, демонстрирующей преданность традициям и истории.

В своих работах Вячеслав Зайцев использует традиционные узоры, цветовую гамму и ткани, сохраняя культурную идентичность России, что особо значимо в эпоху глобализации, когда «национальное» уступает «универсальному». Умелое использование элементов русского стиля позволило привлечь внимание западных кутюрье. Вслед за российским модельером павлопосадские платки стал использовать на модных показах Жан-Поль Готье, а традиционная гжельская роспись стала главной тематикой показа Valentino в 2020 году.[[84]](#footnote-84)

Вячеслав Зайцев был первым российским дизайнером одежды, чьи работы были представлены на американских подиумах. В 1992 году показы прошли в Галереях Боулз-Сорокко, на Восточном и Западном побережье, получив позитивную оценку критиков, они ознаменовали начало культурных обменов между США и Россией. Позднее модельер провел персональные выставки и принял участие в знаковых для мира моды мероприятиях в Бельгии, Японии, США, Франции, Германии и в других государствах, тем самым продемонстрировав высокий уровень российского дизайна. Например, в 1999 году театр моды Славы Зайцева участвовал в Международном фестивале моды в Берлине.

Деятельность российского модельера нашла свое отражение и в культурных связях между Россией и Великобританией.[[85]](#footnote-85) В июне 2003 года, когда президент России Владимир Путин посетил Великобританию с государственным визитом, Зайцев проектировал одежду для первой леди России Людмилы Путиной. Этот официальный визит включал и аудиенцию с королевой Елизаветой II. А в 2010 году в посольстве России в Великобритании состоялась личная выставка Вячеслава Зайцева, на которой впервые были представлены многие экспонаты.

Вячеслав Зайцев обладает званием «Народного художника Российской Федерации», что говорит о признании его работ выдающимися произведениями искусства на государственном уровне.

Даже российская выставочная деятельность модельера формирует имидж страны за рубежом. В 2012 году состоялась выставка-ретроспектива творчества Вячеслава Зайцева в популярном среди туристов музее Эрарта. Центром внимания выставки стали костюмы модельера, стиль которых напоминает о традиционном русском искусстве и народном творчестве.[[86]](#footnote-86) В Эрмитаже, самом посещаемом художественном музее России[[87]](#footnote-87), в 2016 году прошла выставка Вячеслава Зайцева. Здесь широкой публике были представлены эскизы одежды, ткани и фотографии кутюрье.[[88]](#footnote-88) Учитывая тот факт, что ежегодно Эрмитаж посещает около 5 000 000 российских и иностранных туристов, данная выставка сыграла значимую роль в процессе распространения идеи русского дизайна.

Среди особенно значимых событий можно отметить участие Вячеслава Зайцева в 2018 году на выставке «Mercedes-Benz Fashion Week Russia» в Москве. Здесь в московском Центральный выставочный зал «Манеж» открылась выставка-ретроспектива работ дизайнера Вячеслава Зайцева «Слава русской моды».

Дело в том, что «Mercedes-Benz Fashion Week Russia» или, как она называлась до 2011 года, «Russian Fashion Week», крупнейшее фэшн-мероприятие в Восточной Европе и Вячеслав Зайцев всегда являлся одной из главных звезд мероприятия. Как писала русская служба BBC в 2011 году: «Первым на Russia Fashion Week свою коллекцию показал модельер Вячеслав Зайцев. Как потом оказалось, значительная часть посетителей пришла на первый день показа исключительно ради него»[[89]](#footnote-89). К тому же в этом году состоялся последний сезонный показ Зайцева, который за все время работы представил на мероприятии более 10 000 образов.

Влияние Зайцева и недели моды высоко. Она имеет партнерские связи с мировыми неделями моды, среди которых мероприятия в Лиссабоне, Мехико, Кейптауне, Афинах, Торонто, Пекине, Загребе, Куала-Лумпуре и других городах, а его стратегическим партнером является «Camera Nazionale della Moda Italiana» (Национальная палата моды Италии), организатор Миланских недель моды.

Мероприятие привлекает повышенное внимание прессы. В 2019 году это масштабное событие освещали больше 1600 российских и иностранных журналистов и более 850 инфлюенсеров. Помимо повышенного внимания прессы и журналистов, его посещают звезды мировой модной индустрии.

Премия получила широкое признание на мировой арене. Она стала финалистом международной премии Campaign Event Awards в 2018 году. В шорт-лист также вошли мероприятия компаний Google, MasterCard, Virgin, Amazon, Ferrero Rocher, TOM FORD и Adidas[[90]](#footnote-90).

Но Вячеслав Зайцев оказал влияние на образ России за рубежом не только в качестве модельера. Как педагог, профессор, академик Российской академии художеств он вырастил целое поколение дизайнеров. Школа Зайцева позволяет российским модельерам раскрыть свои способности, продемонстрировать свои таланты за пределами страны и занять достойное место рядом с законодателями моды французами и итальянцами. Среди учеников школы известные дизайнеры Султанна Французова, Ольга Ромина, Сабина Горелик, Маша Шароева, Марина Эндоурова и другие.

Стоит подчеркнуть, что Вячеслав Зайцев смог оказать влияние не только на образ России, но и Туркмении. После посещения Ашхабада в июне 2008 года на туркменской текстильной выставке Зайцев был очарован национальной одеждой и создал новую коллекцию, включающую традиционные туркменские элементы. Он была изготовлена исключительно из туркменского хлопка и оформлена национальной вышивкой.

В результате мы можем сделать вывод, что дизайн коллекций Вячеслава Зайцева с национальным колоритом – мощный инструмент для продвижения положительного имиджа России, как страны со своей самобытной модой мирового уровня. А фестиваль «Mercedes-Benz Fashion Week Russia», главной звездой которого много лет был Зайцев, позволил России занять достойное место рядом с законодателями моды французами и итальянцами.

III.3. Веб-дизайн сайтов как способ трансляции национальной идентичности в сети (на примере сайта «Русские сезоны»)

Веб-дизайн в условиях глобализации, в эпоху активного развития технологий и интернета, имеет не меньшее значение, чем «оффлайн-дизайн» физических объектов, таких как мебели, предметов искусства, одежды и других. В связи с этим, интернет ресурс фестиваля «Русские сезоны», благодаря своему дизайну, сам по себе, даже в отрыве от основного культурного проекта, также является инструментом «мягкой силы».

«Русские сезоны» — это международный проект Правительства РФ и Министерства культуры Российской Федерации. Он стартовал в 2017 году в Японии и построен на исторической основе – проводится в память о легендарных гастролях балетной группы [Сергея Дягилева](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%94%D1%8F%D0%B3%D0%B8%D0%BB%D0%B5%D0%B2,_%D0%A1%D0%B5%D1%80%D0%B3%D0%B5%D0%B9_%D0%9F%D0%B0%D0%B2%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D1%87).

Фестиваль проходит регулярно в одном из зарубежных государств на протяжении одного календарного года. В нем принимают участие лучшие российские творческие коллективы и цирковые артисты, проводятся выставки из собраний крупнейших отечественных музеев, показы российского кино и другие мероприятия.

Послами «Русских сезонов» являются видные деятели искусства, чья главная задача состоит в знакомстве зарубежной публики с высочайшими достижениями российской культуры. В разное время ими становили сценарист и кинорежиссер Андрей Кончаловский, лауреат двух премий «Серебряный лев» Венецианского кинофестиваля, артист балета, дважды лауреат Государственной премии РФ, трижды лауреат театральной премии «Золотая маска» Николай Цискаридзе и альтист Юрий Башмет.

Это глобальный фестиваль, который открывает новые возможности для межнационального диалога и показывает, как культура выступает истинным послом мира, презентуется богатство, самобытность и масштаб культуры России, формирует позитивный имидж государства на международной арене.

Отдельно в контексте темы дизайна стоит рассмотреть сайт проекта, который спроектировала и разработала студия «Timelabs». Сама компания охарактеризовала проект как ресурс, который адаптирован к потребностям современного пользователя, который позволяет использовать любые мобильные устройства и браузеры для поиска и получения информации[[91]](#footnote-91).

Перед компанией была поставлена цель создать представительский сайт, с помощью которого зарубежные зрители смогут ознакомиться с программой мероприятий и выставок из собраний крупнейших российских музеев, расписание фестивалей циркового искусства, премьер российского кино и другими проектами.

Символом проекта стала жар-птица в напоминание о том, у истоков «Русских сезонов» антрепренёра Дягилева был балет Игоря Стравинского с одноименным названием «Жар-птица». Это исключительно удачный символ с национальным колоритом, так она является героем русских сказок, символизирует свет, тепло, удачу и возрождение. Этот сказочный персонаж обитает в заколдованном саду, и мало кому удаётся увидеть её воочию. Тому, кто сумеет найти хотя бы одно перо жар-птицы, придёт счастье. Логотип жар-птицы, выполненный в красно-золотой и белой цветовых гаммах, стилизованный под хорошо знакомый национальный орнамент, хохлому, первым встречает гостей сайта.

Шапка сайта под основным меню анимированная, она демонстрирует видео, анимацию и афиши проходящих мероприятий в рамках проекта «Русские сезоны», все они наполнены русским колоритом и также, как логотип и шрифты продвигают и демонстрируют национальные культурные ценности. Колокола и звонари, церкви, опера, балет – оформление зависит от программы мероприятий и демонстрирует богатство и колорит русской культуры. Несмотря на национальный уклон, сам сайт имеет «воздушный» современный дизайн элементов управления, меню и рамок.

В связи с карантинными мерами правительств России, Франции, Бельгии и Люксембурга все мероприятия международного культурного проекта «Русские сезоны» были временно приостановлены. И сайт отлично адаптирован для такой сложной ситуации. Здесь открыт раздел «Stay Home»[[92]](#footnote-92). Это онлайн сервис с трансляциями выступлений музыкальных коллективов, концертов, спектаклей, а также отечественных фильмов и мультипликации. Он получил признание посетителей сайта – с момента открытия им воспользовались 45 000 000 раз. С момента открытия было проведено более 150 онлайн-трансляций.

Отдельного внимания требует раздел «Школа». Это страница международного образовательного проекта, который открывает Россию для зарубежных студентов-художников и способствует развитию межкультурного диалога между представителями разных стран, художественных взглядов и эстетических традиций. Школа инициирована культурными проектами «Иннопрактика» и «Русские сезоны». Страница рассказывает о художественных, музыкальных и хореографических сессиях, которые проводятся в российских учебных заведениях и их иностранных участниках

Выгодную самобытность оформления сайта «Русских Сезонов» подчеркивает статья исследователя Сэма Гори из интернет-издания «The Conversation» под названием «Да, веб-сайты действительно становятся все более похожими»[[93]](#footnote-93). К такому выводу команда Гори пришла, изучив более 10 000 сайтов по трем показателям: цветовая схема, макет и атрибуты, сгенерированные AI. Исследователь отметил, что с 2010 года элементы веб-дизайна становятся все более единообразными. В этом контексте изучаемый нами сайт обладает исключительной уникальностью и самобытностью, привлекающей посетителей.

Это подтверждают и данные посещаемости сайта по данным анализа, проведенного нами при помощи многофункциональной SEO-платформы «Serpstat». В пике посещаемости сайт в 2020 году сайт привлек 7699 российских посетителей в сутки, а трафик, приходящий с платформы Google, в среднем составляет не менее 997 посещений в месяц. Но, что наиболее важно в контексте рассматриваемой нами темы, не меньше сайт привлекает иностранных посетителей. Например, американские пользователи в пике посещали сайт 3128 раз в сутки, а в среднем в сутки сайт они посещали не менее 1090 раз.

Подводя итог исследованию сайта проекта «Русские сезоны» можно сказать то, что благодаря своему уникальному и яркому дизайну, он эффективно привлекает аудиторию и, что главное, зарубежных пользователей. При этом, несмотря на аутентичное национальное оформление, это современный сайт, обладающий полным функционалом для проведения онлайн-трансляций и полноценно презентующий российскую культуру для зарубежных пользователей. Исходя из количества просмотров и посещаемости, сайт – эффективный инструмент «мягкосилового воздействия», удачно дополняющий проект «Русские сезоны» и напрямую воздействующий на восприятие российской культуры за рубежом.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В результате проведенного исследования мы пришли к следующим выводам.

Длительный процесс глобализации в ХХ веке существенно расширил сферу влияния внешнеполитического имиджа государств. Это произошло из-за необходимости стран интегрироваться в мировое экономическое сообщество, обезопасить себя от заграничного внешнеполитического и военного давления, использовать поддержку международной общественности как ресурс в борьбе с внутренней политической оппозицией и для укрепления своих позиций в конкурентной политической и экономической борьбе с другими странами. В эпоху глобализации экспорт культуры и развитие межкультурных связей становятся общемировой тенденцией, охватывающей экономическую, социальную и, первостепенно, политическую сферы. Поэтому роль «мягкой силы», которая выступает в качестве реального способа продвижения государственного имиджа на международной арене, возросла пропорционально.

Также, благодаря контект-анализу, нам удалось установить, что государства уделяют «мягкосиловому» направлению своей деятельности пристальное внимание, формируя и поддерживая работу соответствующих государственных органов. Например, в России главным проводником концепции «мягкой силы» в международном пространстве становится Федеральное агентство по делам Содружества Независимых Государств, соотечественников, проживающих за рубежом, и по международному гуманитарному сотрудничеству (Россотрудничество), в Соединенных Штатах аналогичные функции помощи за рубежом выполняет Агентство США по международному развитию (USAID), а Китай усиливает свое транснациональное влияние при помощи диаспоры, одной из крупнейших на планете. В 2014 году ее суммарный капитал составлял 1500 млрд. долларов и продолжает расти внушительными темпами, в 2008 году число принадлежащих этническим китайцам-эмигрантам транснациональных компаний высшего уровня составило 111% по сравнению с 2001 годом.

В условиях глобализации и частные корпорации, такие как Google, Apple, Microsoft, Amazon, Facebook, Walt Disney Company, Sony, Valve, Tesla Motors и SpaceX, также в свою очередь постепенно превращаются в субъектов «мягкой силы», в результате процессов экономических и социокультурных трансформаций цифровой эпохи.

Цифровая эпоха выстраивает глобальную коммуникационную среду, меняющую внешнеполитическую модель поведения международных акторов, позволяя использовать более мягкие инструменты давления. В данным случае такие примеры взаимодействия на основе зрелищности можно отнести к свойству суперинвазивности, для которого не существует физических границ, как для «жесткой силы».

Так как искусство и культура являются ключевыми рычагами концепции «мягкой силы», эксперты все чаще обращают внимание на поддержание межгосударственного диалога на базе гуманитарных связей.

Сегодня именно зрелищность выступает наиболее значимым компонентом современного видения культуры и искусства. Наиболее ярким примером международного взаимодействия на основе зрелищности в искусстве является киноиндустрия. Премия Американской киноакадемии «Оскар» и «Золотая пальмовая ветвь» Каннского кинофестиваля – подобный опыт культурного взаимодействия можно считать эталонным успехом мягкого продвижения интересов государства через сферу искусства. Огромное влияние в условиях глобализации имеют стриминговые и продакшн-сервисы, такие как Netflix, а также музыкальные сервисы, такие шведский Spotify и его российские аналоги, такие как Яндекс.Музыка или Boom, которые ориентированы на отечественного слушателя. Все это характеризует визуальную составляющую культуры – как важный инструмент «мягкой силы».

В нашем исследовании в качестве такого визуального элемента мы рассматривали дизайн, как средство сохранения и передачи национального культурного кода, способа глобального распространения позитивных ценностей различных наций или народностей.

На примере исторического анализа различных проявлений дизайна, мы убеждаемся, что его практика со временем расширяется: сегодня в его сферу входят выставочный дизайн, полиграфический дизайн, дизайн одежды, ставший модным в нашей стране ландшафтный дизайн, рынок услуг непредметного дизайна, составляющий большую часть дизайна.

Наиболее распространенным видом деятельности современного дизайнера является создание макета для сайтов или web-дизайн, а также дизайн предметов быта (промышленных изделий) и интерьера.

Сегодня дизайн продолжает оказывать огромное влияние на социальную жизнь.

Важность дизайна в международной политике подчеркивается пристальным вниманием к нему на государственном уровне и тем, что развитию дизайна, как части креативного кластера, уделяется пристальное внимание, базирующееся на серьезном экономическом фундаменте.

Проведенное нами исследование позволило сделать вывод, что такие свойства позволяют дизайну быть не только инструментом мягкосилового воздействия, но и одновременно являться полноценной частью каркаса, формирующего имидж государства.

Нам удалось отделить понятие образа, которое «возникает произвольно», и имиджа, который является целесообразно и програмно конструированной категорией. То есть образ – продукт естественного происхождения, тогда как имидж создается искусственно, что важно, когда мы говорим именно об имидже в политическом контексте.

В современном мире имидж является в большей степени политической категорией и в условиях современного общества, когда роль коммуникаций в политике многократно возрастает, он превращается в один из основных ее механизмов.

В современном мире под «мягкой силой» понимают непосредственно процесс, в котором помимо «источников» или «ресурсов» – национального достояния, то есть культуры и действий на международной арене, то есть политики и дипломатии, участвует «механизм конвертации». Он создает из ресурсов «мягкой силы» вышеупомянутые «активы».

Этот механизм работает при помощи ресурсов, таких как финансы или коммуникации и технологий, то есть действий для достижения результата. Но важной его составной составляющей являются инструменты, обеспечивающие привлекательность страны. В качестве таких инструментов и выступают в том числе имидж и образ.

При помощи метода кейс-стади мы рассмотрели механизмы использования дизайна как инструмента «мягкой силы» на примере инструментов российской мягкосиловой политики. Для этих целей используются различные виды дизайна.

Архитектурный дизайн представлен Российским духовно-культурным православным центром в Париже и, в частности, архитектурой Троицкого собора и ландшафтным дизайном территории комплекса. В результате мы пришли к выводу, что комплекс стал важным инструментом продвижения российской «мягкой силы» во Франции. Проект решил сразу несколько важных задач.

В первую очередь с точки зрения дизайна он смог проложить мост от православной классической архитектуры до модернизма современной европейской архитектуры и стал заметной точкой и туристическим объектом на карте Парижа. Благодаря своему фасаду и ландшафту территории он до сих пор привлекает внимание большого количества туристов к комплексу и косвенно внимание аудитории к российскому православию.

Также появление комплекса вызвало резонанс в СМИ, получило широкую огласку и цитируемость. О нем писали крупные французские таблоиды, такие как «Le Monde» и «Le Figaro», что тоже увеличивало «мягкосиловое» влияние России во Франции.

Ну и наконец, Духовно-культурный центр в Париже начал привлекать молодежь, что можно назвать одним из промежуточных результатов работы «мягкой силы».

Дизайн одежды мы рассматривали на примере коллекций Вячеслава Зайцева. Дизайнер использует традиционные узоры, цветовую гамму и ткани, сохраняя культурную идентичность России, что особо значимо в эпоху глобализации. Умелое использование элементов русского стиля позволило привлечь внимание западных кутюрье, так как, например, Жан-Поль Готье, а сам Зайцев стал первым российским дизайнером одежды, чьи работы были представлены на американских подиумах, а позднее получили признание во всем мире.

Национальный колорит его работ оказался мощным инструментом для продвижения положительного имиджа России, как страны со своей самобытной модой мирового уровня. А фестиваль «Mercedes-Benz Fashion Week Russia», главной звездой которого много лет был Зайцев, позволил России занять достойное место рядом с законодателями моды французами и итальянцами.

Веб-дизайн как способ трансляции национальной идентичности в сети мы рассматривали на примере сайта «Русские сезоны». В результате проведенной исследовательской работы, мы можем, что благодаря своему уникальному и яркому дизайну, он эффективно привлекает аудиторию и, что главное, зарубежных пользователей. При этом, несмотря на аутентичное национальное оформление, это современный сайт, обладающий полным функционалом для проведения онлайн-трансляций и полноценно презентующий российскую культуру для зарубежных пользователей. Исходя из количества просмотров, 45 000 000, и посещаемости, в 2020 году ресурс в пике привлек 7699 российских посетителей и, например, 3128 американских в сутки, – это эффективный инструмент «мягкосилового воздействия», удачно дополняющий проект «Русские сезоны» и напрямую воздействующий на восприятие российской культуры за рубежом.

Практическая ценность нашей работы состоит в том, что выводы и наблюдения, сделанные в ходе исследования, могут быть использованы при составлении лекций и методических рекомендаций по курсу «мягкая сила» во внешней политике государств», а также при чтении различных спецкурсов со схожей тематикой, а также в политической деятельности при продвижении политики «мягкой силы».

Список источников и литературы.

I. Источники.

1) Альянс Франсез в мире: [Электронный ресурс] // Alliance Française. URL: <https://afrus.ru/glavnaja-francais/alians-v-mire/> (дата обращения: 29.03.2021).

2) Включение в Список всемирного наследия: [Электронный ресурс] // Правительство Санкт-Петербурга

Комитет по государственному контролю, использованию и охране памятников истории и культуры. URL: <https://kgiop.gov.spb.ru/nasledie/konvenciya-ob-ohrane-vsemirnogo-kulturnogo-i-prirodnogo-naslediya/vklyuchenie-v-spisok-vsemirnogo-naslediya/>

(дата обращения: 11.05.2021).

3) В Париже построят экоустойчивый Олимпийский аквацентр: [Электронный ресурс] // ARSCHPACE. URL: <https://archspace.info/article/v-parizhe-postrojat-ekoustojchivyj-olimpijskij-akvatsentr> (дата обращения: 18.05.2021)

4) Выставка работ В.М. Зайцева в Посольстве России в Лондоне: [Электронный ресурс] // Посольство Российской Федерации в Соединенном Королевстве Великобритании и Северной Ирландии. URL: <https://www.rus.rusemb.org.uk/culture/27> (дата обращения: 13.05.2021).

5) Вячеслав Зайцев в Эрмитаже: [Электронный ресурс] // Государственный Эрмитаж. URL: https://www.hermitagemuseum.org/wps/portal/hermitage/research/publications/pub/zaycev/?lng=ru (дата обращения: 16.05.2021).

6) Географический диктант впервые проведут для студентов Сорбонны: [Электронный ресурс] // РЕН ТВ: Новости. URL: <https://ren.tv/news/v-mire/472330-geograficheskii-diktant-vpervye-provedut-dlia-studentov-sorbonny> (дата обращения: 05.05.2021).

7) Дни Франкофонии 2021: [Электронный ресурс] // Alliance Française. URL: <https://afrus.ru/kazan/dni-frankofonii-2021/?preview=true> (дата обращения: 29.03.2021).

8) Клирик Троицкого собора пообщался с журналистом сайта Православие.ру: [Электронный ресурс] // Корсунская епархия

ПАТРИАРШИЙ ЭКЗАРХАТ В ЗАПАДНОЙ ЕВРОПЕ. URL: <https://cerkov-ru.com/novitiae/entrevue-pretre-Ion-Dimitrov/> (дата обращения: 09.05.2021).

9) Коллекции ОСЕНЬ-ЗИМА 2020/2021 / PRE-FALL / НЕДЕЛЯ МОДЫ: РИМ Valentino: [Электронный ресурс] // VOGUE. URL: <https://www.vogue.ru/collection/autumn_winter2020/pre-fall/rome/Valentino/> (дата обращения: 13.05.2021).

10) Нематериальное культурное наследие: [Электронный ресурс] // ЮНЕСКО. URL: <https://ru.unesco.org/themes/nematerialnoe-kulturnoe-nasledie> (дата обращения: 11.04.2021).

11) Первые показы на Russia Fashion Week: [Электронный ресурс] // BBC NEWS. URL: https://www.bbc.com/russian/multimedia/2011/04/110401\_pics\_russia\_fashion\_week (дата обращения: 16.05.2021).

12) Плотникова, Е. Датский образ жизни, или Что такое хюгге? / Плотникова, Е. URL: <https://aif.ru/health/psychologic/datskiy_obraz_zhizni_ili_chto_takoe_hyugge> (дата обращения: 29.04.2021).

13) Подарок эмигрантам: в Париже открыли российский православный центр: [Электронный ресурс] // РИА Новости. URL: <https://ria.ru/20161019/1479563822.html> (дата обращения: 14.05.2021).

14) Постникова, Е. Алешкина, Н. «Культура — главный источник российской мягкой силы» Профессор Гарварда Джозеф Най–младший — о новой холодной войне и месте РФ в современном миропорядке / Постникова, Е. Алешкина, Н. URL: <https://iz.ru/927134/ekaterina-postnikova-nadezhda-aleshkina/kultura-glavnyi-istochnik-rossiiskoi-miagkoi-sily> (дата обращения: 10.04.2021).

15) Проект «Институт Конфуция в Санкт-Петербургском государственном университете»: [Электронный ресурс] // Институт Конфуция в СПбГУ. URL: <https://ci.spbu.ru/o-nas/> (дата обращения: 28.03.2021).

16) Российский центр в Париже: связь времен и народов: [Электронный ресурс] // ТАСС. URL: <https://tass.ru/spec/russiancentre> (дата обращения: 08.05.2021).

17) Русские Сезоны: [Электронный ресурс] // Timelabs. URL: <https://timelabs.ru/#/works/portfolio/russian-seasons/> (дата обращения: 18.05.2021).

18) Русские сезоны: программа мероприятий: [Электронный ресурс] // Russian Seasons. URL: <https://russianseasons.org/ru/live/> (дата обращения: 19.05.2021).

19) Сафрошина, О. Вячеслав Зайцев: модельер, фотограф, художник / Сафрошина, О. URL: <https://www.erarta.com/ru/museum/news/report/detail/news-00193/> (дата обращения: 16.05.2021).

20) Свято-Троицкий собор принял участие в "Европейских днях всемирного наследия": [Электронный ресурс] // Корсунская епархия.

ПАТРИАРШИЙ ЭКЗАРХАТ В ЗАПАДНОЙ ЕВРОПЕ. URL: <https://cerkov-ru.com/news/journees-patrimoine-2020/> (дата обращения: 09.05.2021).

21) Совещание послов и постоянных представителей России: [Электронный ресурс] // Официальные сетевые ресурсы Президента России. URL: <http://kremlin.ru/events/president/news/15902> (дата обращения: 23.03.2021).

22) Списки нематериального культурного наследия и Реестр передовых методов охраны: [Электронный ресурс] // UNESKO. URL: [https://ich.unesco.org/en/lists?text=&inscription[]=00017&multinational=гла&display1=inscriptionID#tabs](https://ich.unesco.org/en/lists?text=&inscription%5b%5d=00017&multinational=гла&display1=inscriptionID#tabs) (дата обращения: 10.04.2021)

23) Стратегии дизайна в отечественной культурной политике: [Электронный ресурс] // Московский государственный институт культуры. URL: <http://www.mgik.org/news/25634/> (дата обращения: 01.05.2021).

24) Французы часами стояли в очереди, чтобы попасть в русский храм в Париже: [Электронный ресурс] // Фома. URL: <https://foma.ru/frantsuzyi-chasami-stoyali-v-ocheredi-chtobyi-popast-v-russkiy-hram-v-parizhe.html> (дата обращения: 09.05.2021).

25) Центр всемирного наследия: [Электронный ресурс] // ЮНЕСКО. URL: <https://whc.unesco.org/ru/list/> (дата обращения: 12.04.2021).

26) Центр притяжения. На строящемся в Париже православном храме установят купола: [Электронный ресурс] // Российская газета. URL: <https://rg.ru/2016/03/12/na-stroiashchemsia-v-parizhe-pravoslavnom-hrame-ustanoviat-kupola.html> (дата обращения: 10.05.2021).

27) Члены организации ЮНЕСКО: [Электронный ресурс] // ЮНЕСКО. URL: <http://unesco.ru/unesco/members/> (дата обращения: 15.04.2021).

28) Что такое ИКОМ?: [Электронный ресурс] // ICOM Russia. URL: <https://icom-russia.com/data/chto-eto/> (дата обращения: 25.03.2021).

29) Это точно санкции? На показе олимпийской экипировки для россиян, лишенных флага в Токио, флаг на форме обнаружил даже глава ОКР: [Электронный ресурс] // Mail спорт. URL: <https://sportmail.ru/news/olympics/45975958/> (дата обращения: 07.05.2021).

30) CAS на 2 года запретил российским спортсменам выступать под своим флагом: [Электронный ресурс] // РБК Спорт. URL: <https://sportrbc.ru/news/5fdb0bdd9a7947696d13167a?ruid=uUjlA2BsenATyUotAwSRAg==> (дата обращения: 07.05.2021).

31) Charlie Hebdo нарисовал карикатуру на открытие православного храма в Париже: [Электронный ресурс] // РИА Новости. URL: <https://ria.ru/20161020/1479622752.html> (дата обращения: 08.05.2021).

32) IKEA перестанет выпускать свой «культовый» печатный каталог: [Электронный ресурс] // Inc. Новости. URL: <https://incrussia.ru/news/ikea-pechatnyj-katalog/> (дата обращения: 03.05.2021).

33) IKEA прекратит выпуск выходившего 70 лет печатного каталога: [Электронный ресурс] // РБК Бизнес. URL:

<https://www.rbc.ru/business/07/12/2020/5fce3d789a794700653f6226> (дата обращения: 03.05.2021).

34) Mercedes-Benz Fashion Week Russia стала финалистом международной премии Campaign Event Awards 2018: [Электронный ресурс] // Mercedes-Benz Fashion Week Russia. URL: <http://mercedesbenzfashionweek.ru/news/10104-index> (дата обращения: 14.05.2021).

35) WADA лишило Россию права выступать на Олимпиадах и чемпионатах мира: [Электронный ресурс] // ТАСС Спорт. URL: <https://tass.ru/sport/7298579> (дата обращения: 11.05.2021).

II. Литература.

1) Авцинова, Г.И. Гегемонизм и лидерство государств: исторические и современные аспекты / Авцинова, Г.И. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/gegemonizm-i-liderstvo-gosudarstv-istoricheskie-i-sovremennye-aspekty> (дат аобращения: 20.02.2021).

2) Альтюссер, Л. Луи Альтюссер. Об искусстве / Альтюссер, Л. URL: <https://artguide.com/posts/1693> (дата обращения:20.03.2021).

3) Андреева, С.В. Имиджелогия: конспект лекций для студентов, обучающихся по направлению подготовки 51.03.03 «Социально-культурная деятельность», профиль «Постановка и продюсирование культурно-досуговых программ», квалификация (степень) выпускника «бакалавр»/ Андреева, С. В. – Кемерово. : КемГИК, 2017. - с. 72.

4) Абрамова, В. А. Культура и политика: точки соприкосновения / Абрамова, В. А.URL: <http://dom-hors.ru/rus/files/arhiv_zhurnala/pep/9-2011-2/abramova.pdf> (дата обращения: 28.03.2021).

5) Басалаева, О. Г. Основы государственной культурной политики Российской Федерации: учебно-методическое пособие для студентов, обучающихся по всем направлениям подготовки бакалавриата и специалитета / О. Г. Басалаева, Т. А. Волкова, Е. В. Паничкина. – Кемерово : КемГИК, 2019. – с. 170.

6) Бобринская, Е. А. Маринетти Филиппо Томмазо / Бобринская, Е. А. URL: <http://rusavangard.ru/online/biographies/marinetti-filippo-tommazo/> (дата обращения: 10.04.2021).

7) Борисова, Е. Г. Soft Power, мягкая сила, мягкая власть. Междисциплинарный анализ / Борисова, Е. Г. – М. : ФЛИНТА, 2020. – с. 184.

8) Востряков, Л. Е. Культурная политика: основные концепции и модели / Л. Востряков // Экология культуры: Информационный бюллетень. - Архангельск, 2004. - № 1. - с. 79-108.

9) Вылегжанин, Д.А. Введение в политическую имиджелогию: учебное пособие / Вылежагин, Д. А. - М. : ФЛИНТА, 2019. - с. 136.

10) Гонка умов. Netflix обогнал крупнейшие киностудии Голливуда. Российские компании хотят пойти по его пути: [Электронный ресурс] // Лента.ру. URL: <https://lenta.ru/articles/2020/11/23/sberpro_netflix/> (дата обращения: 11.05.2021).

11) Калинина, Е. Обманчивая простота Севера: почему все хотят дом в скандинавском стиле и как его сделать? / Калинина, Е. URL: <https://www.forbes.ru/forbeslife-photogallery/384585-obmanchivaya-prostota-severa-pochemu-vse-hotyat-dom-v-skandinavskom> (дата обращения: 15.04.2021).

12) Кармин, А. С. Культурология. Краткий курс: учебное пособие / Кармин, А. С. - СПб. : Питер, 2010. - с. 240.

13) Кармин, А. С. Основы культурологии: морфология культуры / Кармин, А. С. - СПб. : Лань, 1997. - с. 512.

14) Ковалевская, Н.В. Церпицкая, О.Л. Маркушина, Н.Ю. Перспективы формирования мягкой силы во внешней политике Российской Федерации / Ковалевская, Н.В. Церпицкая, О.Л. Маркушина, Н.Ю. // Армия и общество. – 2015. №2. - с. 65 – 72.

15) Колесникова, Н. В. Хюгге как концептуальная основа развития нового вида туризма / Колесникова, Н. В. // Сервис в России и за рубежом. - 2018. Т.12. № 3. - с. 79-89.

16) Кречетников, А. Долгая дорога к храму: российский духовный центр в Париже открылся в рабочем порядке / Кречетников, А. URL: <https://www.bbc.com/russian/features-37708395> (дата обращения: 13.05.2021).

17) Культурные обмены выстраивают мосты между странами: [Электронный ресурс] // [ShareAmerica](file:///C:\Users\Houme\Desktop\ShareAmerica). URL: <http://surl.li/umxh> (дата обращения: 28.03.2021).

18) Лаврентьев, А.Н. История дизайна: учебное пособие / Лаврентьев, А.Н. - М. :Гардарики, 2007. - с. 305.

19) Ларин, А. Китайская диаспора – источник выгод и вызовов / А. Ларин. URL: https://russiancouncil.ru/analytics-and-comments/analytics/kitayskaya-diaspora-istochnik-vygod-i-vyzovov/ (дата обращения: 24.03.2021).

20) Лебедева М.М. «Мягкая сила»: понятие и подходы /М.М. Лебедева// Вестник МГИМО-Университета. - 2017. - 3. - с. 212-223.

21) Мельникова О.В. Основные задачи информационного обеспечения внешнеполитической деятельности / Мельникова О.В. // Международные отношения. – 2015. № 2. 2015. - с. 93-100.

22) Митрохина, Т. В. Дизайн в социокультурном пространстве / Митрохина, Т. В. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/dizayn-v-sotsiokulturnom-prostranstve-goroda> (дата обращения: 15.04.2021).

23) Мусихин, Г. И. Идеология и культура / Мусихин, Г. И. // Полис. - 2012. № 1. с. 53-62.

24) Музейная карта России: [Электронный ресурс] // ИКОМ в России. URL: <https://icom-russia.com/data/ikom-v-rossii/muzeynaya-karta-ikom-rossii/> (дата обращения: 30.03.2021).

25) Мухаметов, Р. С. Культура как инструмент внешней политики России / Мухаметов, Р. С. // Известия Уральского государственного университета. Сер. 1, Проблемы образования, науки и культуры. - 2011. № 1. - с. 193-198. 26) Най, Дж. С. Будущее власти. Как стратегия умной силы меняет XXI век / Най, Дж. С. – М. : АСТ, 2014. - с. 444.

27) Наумов, А. «Мягкая сила» и внешнеполитический имидж Российской Федерации / Наумов, А. URL: http://surl.li/uxhf (дата обращения: 30.04.2021)

28) Неймарк, М. А. «Мягкая Сила» в мировой политике / М. А. Неймарк. – М. : Дашков и К, 2018. – с. 350.

29) Общественная дипломатия: [Электронный ресурс] // Представительство Россотрудничества в Нью-Йорке. URL: <https://nyc.rs.gov.ru/%20/activities/398> (дата обращения: 11.04.2021).

30) Орлова, Е. В. Социокультурное пространство: к определению понятия / Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики / Орлова, Е. В. – Тамбов. : Грамота, 2017. No 7. - с. 149-152.

31) Песцов, С. К. Бобыло, А. М. «Мягкая сила» в мировой политике: проблема операционализации теоретического концепта / Песцов, С. К. Бобыло, А. М. // Вестник Томского государственного университета. История. - 2015. № 2. - с. 111-112.

32) Почему так много сайтов выглядят одинаково, или Как сделать уникальный дизайн? : [Электронный ресурс] // LPGENERATOR. URL: <https://lpgenerator.ru/blog/2020/12/17/pochemu-tak-mnogo-sajtov-vyglyadyat-odinakovo-ili-kak-sdelat-unikalnyj-dizajn/> (дата обращения: 20.05.2021).

33) Притыкин, В. П. Файзрахманов, Г. Р. История изобразительного искусства: Учебно-методическое пособие длясамостоятельной работы студента / В.П. Притыкин, Г.Р. Файзрахманова.– Казань. : Казанский государственный архитектурно-строительный университет, 2016. -с. 62.

34) Разина, Е. Богомолова, А. Креативный локомотив: как творческие индустрии могут подстегнуть экономику / Разина, Е. Богомолова, А. URL: <https://www.vedomosti.ru/partner/articles/2019/10/21/814145-kreativnii-lokomotiv> (дата обращения: 01.05.2021).

35) Ромашкевич, А. История скандинавского дизайна: главные имена, вещи и события / Ромашкевич, А. URL: <https://www.admagazine.ru/design/istoriya-skandinavskogo-dizajna> (дата обращения: 15.04.2021).

36) Сергей Кузнецов принял участие в жюри MIPIM Awards-2015: [Электронный ресурс] // АРХСОВЕТ Москвы. URL: <https://archsovet.msk.ru/article/sobytiya/sergey-kuznecov-prinyal-uchastie-v-zhyuri-mipim-awards-2015> (дата обращения: 18.05.2021).

37) Сила потока: удастся ли Spotify занять нишу на российском стриминговом рынке? : [Электронный ресурс] // Forbes. URL: <https://www.forbes.ru/brandvoice/ipquorum/383019-sila-potoka-udastsya-li-spotify-zanyat-nishu-na-rossiyskom-strimingovom> (дата обращения: 12.05.2021).

38) Смолев, Д. Рейтинг российских музеев — 2020: когда музеи были офлайновыми / Смолев, Д. URL: <http://www.theartnewspaper.ru/posts/8055/> (дата обращения: 16.05.2021).

39) Табаринцева-Романова, К. М. Культура в международных отношениях: дипломатия, безопасность, конфликт / Табаринцева-Романова, К. М. URL: <file:///C:/Users/Houme/Downloads/3399-7268-1-SM.pdf> (дата обращения: 30.04.2021).

40) Тузовский, И. Д. Мягкая сила как основа культурной политики Цифровой эпохи / И. Д. Тузовский // Вестник культуры и искусств. – 2019. № 1. – с. 91–96.

41) Фатыхова, Д. Р. Учебно-методическое пособие-практикум по курсу «Имиджелогия» / Фатыхова, Д. Р. – Казань. : Казанский университет, 2020. - с. 23.

42) Филимонов, Г. Ю. Актуальные вопросы формирования стратегии «Мягкой силы» во внешней политике Российской Федерации / Филимонов, Г. Ю. URL: <http://journals.rudn.ru/political-science/article/view/8883> (дата обращения: 12.02.2021)

43) Филимонов, Г. Ю. «Мягкая сила» культурной дипломатии США / Филимонов, Г. Ю. – М. : РУДН, 2010. - с. 216.

44) Филимонов, Г. Ю. Карпович, О. Г. Манойло, А. В. Технологии «мягкой» силы на вооружении США: ответ России / Филимонов, Г. Ю. Карпович, О. Г. Манойло, А. В. – М: РУДН, 2015. – 581 с.

45) Фролова, Н. Белое золото над Сеной. Духовно-культурный центр с православным собором Святой Троицы в Париже по проекту Жана-Мишеля Вильмотта // Фролова, Н. URL: <https://archi.ru/world/71110/beloe-zoloto-nad-senoi> (дата обращения: 05.05.2021).

46) Чеботарева Н.И. Роль культурного фактора в формировании международного имиджа государства // Культура: теория и практика. - 2017. - №4. - С. 3-9.

47) Шелепов А. В. Факторы успеха политики «мягкой силы» Великобритании // Вестник международных организаций. - 2014. Т. 9. № 2. с. 10-27.

48) Экшкут, С. А. Шайка передвижников. История одного творческого союза / Экшкут, С. А. URL: <https://histrf.ru/read/articles/sozdaniie-tovarishchiestva-pieriedvizhnikov-event> (дата обращения: 21.03.2021).

49) Cultural policy: a preliminary study / UNESCO [et.al.]. – Paris, 1969. - p.

50) Stoessinger J. The might of nations / J. Stoessinger. - Mcgraw-Hill College, 1992. - 429 p.

1. Борисова, Е. Г. Soft Power, мягкая сила, мягкая власть. Междисциплинарный анализ / Борисова, Е. Г. – М. : ФЛИНТА, 2020. – с. 184. [↑](#footnote-ref-1)
2. Stoessinger J. The might of nations / J. Stoessinger. - Mcgraw-Hill College, 1992. - 429 p. [↑](#footnote-ref-2)
3. Авцинова, Г.И. Гегемонизм и лидерство государств: исторические и современные аспекты / Авцинова, Г.И. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/gegemonizm-i-liderstvo-gosudarstv-istoricheskie-i-sovremennye-aspekty (дат аобращения: 20.02.2021). [↑](#footnote-ref-3)
4. Ковалевская, Н.В. Церпицкая, О.Л. Маркушина, Н.Ю. Перспективы формирования мягкой силы во внешней политике Российской Федерации / Ковалевская, Н.В. Церпицкая, О.Л. Маркушина, Н.Ю. // Армия и общество. – 2015. №2. - с. 65 – 72. [↑](#footnote-ref-4)
5. Басалаева, О. Г. Основы государственной культурной политики Российской Федерации: учебно-методическое пособие для студентов, обучающихся по всем направлениям подготовки бакалавриата и специалитета / О. Г. Басалаева, Т. А. Волкова, Е. В. Паничкина. – Кемерово : КемГИК, 2019. – с. 170. [↑](#footnote-ref-5)
6. Филимонов, Г. Ю. Актуальные вопросы формирования стратегии «Мягкой силы» во внешней политике Российской Федерации / Филимонов, Г. Ю. URL: <http://journals.rudn.ru/political-science/article/view/8883> (дата обращения: 12.02.2021) [↑](#footnote-ref-6)
7. Неймарк, М. А. «Мягкая Сила» в мировой политике / М. А. Неймарк. – М. : Дашков и К, 2018. -с. 30. [↑](#footnote-ref-7)
8. Совещание послов и постоянных представителей России: [Электронный ресурс] // Официальные сетевые ресурсы Президента России. URL: http://kremlin.ru/events/president/news/15902 (дата обращения: 23.03.2021). [↑](#footnote-ref-8)
9. Филимонов, Г. Ю. Карпович, О. Г. Манойло, А. В. Технологии «мягкой» силы на вооружении США: ответ России / Филимонов, Г. Ю. Карпович, О. Г. Манойло, А. В. – М: РУДН, 2015. – с. 581. [↑](#footnote-ref-9)
10. Филимонов, Г. Ю. Карпович, О. Г. Манойло, А. В. Технологии «мягкой» силы на вооружении США: ответ России / Филимонов, Г. Ю. Карпович, О. Г. Манойло, А. В. – М: РУДН, 2015. – с. 254. [↑](#footnote-ref-10)
11. Ларин, А. Китайская диаспора – источник выгод и вызовов / А. Ларин. URL: https://russiancouncil.ru/analytics-and-comments/analytics/kitayskaya-diaspora-istochnik-vygod-i-vyzovov/ (дата обращения: 24.03.2021) [↑](#footnote-ref-11)
12. Шелепов А. В. Факторы успеха политики «мягкой силы» Великобритании // Вестник международных организаций. - 2014. Т. 9. № 2. - с. 24. [↑](#footnote-ref-12)
13. Неймарк, М. А. «Мягкая Сила» в мировой политике / М. А. Неймарк. – М. : Дашков и К, 2018. – с. 28. [↑](#footnote-ref-13)
14. Най, Дж. С. Будущее власти. Как стратегия умной силы меняет XXI век / Най, Дж. С. – М. : АСТ, 2014. - с. 56. [↑](#footnote-ref-14)
15. Песцов, С. К. Бобыло, А. М. «Мягкая сила» в мировой политике: проблема операционализации теоретического концепта / Песцов, С. К. Бобыло, А. М. // Вестник Томского государственного университета. История. - 2015. № 2. - с. 112. [↑](#footnote-ref-15)
16. Лебедева М.М. «Мягкая сила»: понятие и подходы /М.М. Лебедева// Вестник МГИМО-Университета. - 2017. - 3. - с. 213. [↑](#footnote-ref-16)
17. Филимонов, Г. Ю. «Мягкая сила» культурной дипломатии США / Филимонов, Г. Ю. – М. : РУДН, 2010. –

    с. 17 [↑](#footnote-ref-17)
18. Абрамова, В. А. Культура и политика: точки соприкосновения / Абрамова, В. А.URL: <http://dom-hors.ru/rus/files/arhiv_zhurnala/pep/9-2011-2/abramova.pdf> (дата обращения: 28.03.2021). [↑](#footnote-ref-18)
19. Мухаметов, Р. С. Культура как инструмент внешней политики России / Мухаметов, Р. С. // Известия Уральского государственного университета. Сер. 1, Проблемы образования, науки и культуры. - 2011. № 1. - с. 193. [↑](#footnote-ref-19)
20. Проект «Институт Конфуция в Санкт-Петербургском государственном университете»: [Электронный ресурс] // Институт Конфуция в СПбГУ. URL: https://ci.spbu.ru/o-nas/ (дата обращения: 28.03.2021). [↑](#footnote-ref-20)
21. Культурные обмены выстраивают мосты между странами: [Электронный ресурс] // ShareAmerica. URL: http://surl.li/umxh (дата обращения: 28.03.2021). [↑](#footnote-ref-21)
22. Альянс Франсез в мире: [Электронный ресурс] // Alliance Française. URL: https://afrus.ru/glavnaja-francais/alians-v-mire/ (дата обращения: 29.03.2021). [↑](#footnote-ref-22)
23. Дни Франкофонии 2021: [Электронный ресурс] // Alliance Française. URL: https://afrus.ru/kazan/dni-frankofonii-2021/?preview=true (дата обращения: 29.03.2021). [↑](#footnote-ref-23)
24. Табаринцева-Романова, К. М. Культура в международных отношениях: дипломатия, безопасность, конфликт / Табаринцева-Романова, К. М. URL: file:///C:/Users/Houme/Downloads/3399-7268-1-SM.pdf (дата обращения: 30.04.2021) [↑](#footnote-ref-24)
25. Члены организации ЮНЕСКО: [Электронный ресурс] // ЮНЕСКО. URL: http://unesco.ru/unesco/members/ (дата обращения: 15.04.2021).

    [↑](#footnote-ref-25)
26. Центр всемирного наследия: [Электронный ресурс] // ЮНЕСКО. URL: https://whc.unesco.org/ru/list/ (дата обращения: 12.04.2021). [↑](#footnote-ref-26)
27. Нематериальное культурное наследие: [Электронный ресурс] // ЮНЕСКО. URL: https://ru.unesco.org/themes/nematerialnoe-kulturnoe-nasledie (дата обращения: 11.04.2021). [↑](#footnote-ref-27)
28. Списки нематериального культурного наследия и Реестр передовых методов охраны: [Электронный ресурс] // UNESKO. URL: https://ich.unesco.org/en/lists?text=&inscription[]=00017&multinational=гла&display1=inscriptionID#tabs (дата обращения: 10.04.2021). [↑](#footnote-ref-28)
29. Включение в Список всемирного наследия: [Электронный ресурс] // Правительство Санкт-Петербурга

    Комитет по государственному контролю, использованию и охране памятников истории и культуры. URL: https://kgiop.gov.spb.ru/nasledie/konvenciya-ob-ohrane-vsemirnogo-kulturnogo-i-prirodnogo-naslediya/vklyuchenie-v-spisok-vsemirnogo-naslediya/

    (дата обращения: 11.05.2021). [↑](#footnote-ref-29)
30. Востряков, Л. Е. Культурная политика: основные концепции и модели / Л. Востряков // Экология культуры: Информационный бюллетень. - Архангельск, 2004. - № 1. - с. 80. [↑](#footnote-ref-30)
31. Cultural policy: a preliminary study / UNESCO [et.al.]. – Paris, 1969. - p. 5, 7. [↑](#footnote-ref-31)
32. Что такое ИКОМ?: [Электронный ресурс] // ICOM Russia. URL: https://icom-russia.com/data/chto-eto/ (дата обращения: 25.03.2021). [↑](#footnote-ref-32)
33. Музейная карта России: [Электронный ресурс] // ИКОМ в России. URL: https://icom-russia.com/data/ikom-v-rossii/muzeynaya-karta-ikom-rossii/ (дата обращения: 30.03.2021). [↑](#footnote-ref-33)
34. Альтюссер, Л. Луи Альтюссер. Об искусстве / Альтюссер, Л. URL: <https://artguide.com/posts/1693> (дата обращения:20.03.2021) [↑](#footnote-ref-34)
35. Притыкин, В. П. Файзрахманов, Г. Р. История изобразительного искусства: Учебно-методическое пособие длясамостоятельной работы студента / В.П. Притыкин, Г.Р. Файзрахманова.– Казань. : Казанский государственный архитектурно-строительный университет, 2016. – с. 28. [↑](#footnote-ref-35)
36. Экшкут, С. А. Шайка передвижников. История одного творческого союза / Экшкут, С. А. URL: https://histrf.ru/read/articles/sozdaniie-tovarishchiestva-pieriedvizhnikov-event (дата обращения: 21.03.2021). [↑](#footnote-ref-36)
37. Бобринская, Е. А. Маринетти Филиппо Томмазо / Бобринская, Е. А. URL: <http://rusavangard.ru/online/biographies/marinetti-filippo-tommazo/> (дата обращения: 10.04.2021). [↑](#footnote-ref-37)
38. Мусихин, Г. И. Идеология и культура / Мусихин, Г. И. // Полис. - 2012. № 1. С. 54. [↑](#footnote-ref-38)
39. Постникова, Е. Алешкина, Н. «Культура — главный источник российской мягкой силы» Профессор Гарварда Джозеф Най–младший — о новой холодной войне и месте РФ в современном миропорядке / Постникова, Е. Алешкина, Н. URL: https://iz.ru/927134/ekaterina-postnikova-nadezhda-aleshkina/kultura-glavnyi-istochnik-rossiiskoi-miagkoi-sily (дата обращения: 10.04.2021). [↑](#footnote-ref-39)
40. Тузовский, И. Д. Мягкая сила как основа культурной политики Цифровой эпохи / И. Д. Тузовский // Вестник культуры и искусств. – 2019. № 1. – с. 93. [↑](#footnote-ref-40)
41. Гонка умов. Netflix обогнал крупнейшие киностудии Голливуда. Российские компании хотят пойти по его пути: [Электронный ресурс] // Лента.ру. URL: https://lenta.ru/articles/2020/11/23/sberpro\_netflix/ (дата обращения: 11.05.2021). [↑](#footnote-ref-41)
42. Сила потока: удастся ли Spotify занять нишу на российском стриминговом рынке? : [Электронный ресурс] // Forbes. URL: https://www.forbes.ru/brandvoice/ipquorum/383019-sila-potoka-udastsya-li-spotify-zanyat-nishu-na-rossiyskom-strimingovom (дата обращения: 12.05.2021). [↑](#footnote-ref-42)
43. Тузовский, И. Д. Мягкая сила как основа культурной политики Цифровой эпохи / И. Д. Тузовский // Вестник культуры и искусств. – 2019. № 1. – С. 92. [↑](#footnote-ref-43)
44. Общественная дипломатия: [Электронный ресурс] // Представительство Россотрудничества в Нью-Йорке. URL: https://nyc.rs.gov.ru/%20/activities/398 (дата обращения: 11.04.2021). [↑](#footnote-ref-44)
45. Кармин, А. С. Культурология. Краткий курс: учебное пособие / А. С. Кармин. - СПб. : Питер, 2010. – с. 240.  
      
     [↑](#footnote-ref-45)
46. Орлова, Е. В. Социокультурное пространство: к определению понятия / Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики / Орлова, Е. В. – Тамбов. : Грамота, 2017. No 7. - с. 149. [↑](#footnote-ref-46)
47. Кармин, А. С. Основы культурологии: морфология культуры / Кармин, А. С. - СПб. : Лань, 1997. с. - 130 [↑](#footnote-ref-47)
48. Митрохина, Т. В. Дизайн в социокультурном пространстве / Митрохина, Т. В. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/dizayn-v-sotsiokulturnom-prostranstve-goroda> (дата обращения: 15.04.2021). [↑](#footnote-ref-48)
49. Ромашкевич, А. История скандинавского дизайна: главные имена, вещи и события / Ромашкевич, А. URL: <https://www.admagazine.ru/design/istoriya-skandinavskogo-dizajna> (дата обращения: 15.04.2021) [↑](#footnote-ref-49)
50. Калинина, Е. Обманчивая простота Севера: почему все хотят дом в скандинавском стиле и как его сделать? / Калинина, Е. URL: <https://www.forbes.ru/forbeslife-photogallery/384585-obmanchivaya-prostota-severa-pochemu-vse-hotyat-dom-v-skandinavskom> (дата обращения: 15.04.2021) [↑](#footnote-ref-50)
51. IKEA прекратит выпуск выходившего 70 лет печатного каталога: [Электронный ресурс] // РБК Бизнес. URL: https://www.rbc.ru/business/07/12/2020/5fce3d789a794700653f6226 (дата обращения: 03.05.2021). [↑](#footnote-ref-51)
52. IKEA перестанет выпускать свой «культовый» печатный каталог: [Электронный ресурс] // Inc. Новости. URL: https://incrussia.ru/news/ikea-pechatnyj-katalog/ (дата обращения: 03.05.2021). [↑](#footnote-ref-52)
53. Плотникова, Е. Датский образ жизни, или что такое хюгге? / Плотникова, е. URL: https://aif.ru/health/psychologic/datskiy\_obraz\_zhizni\_ili\_chto\_takoe\_hyugge (дата обращения: 29.04.2021). [↑](#footnote-ref-53)
54. Колесникова, Н. В. Хюгге как концептуальная основа развития нового вида туризма / Колесникова, Н. В. // Сервис в России и за рубежом. - 2018. Т.12. № 3. - с. 83. [↑](#footnote-ref-54)
55. Андреева, С.В. Имиджелогия: конспект лекций для студентов, обучающихся по направлению подготовки 51.03.03 «Социально-культурная деятельность», профиль «Постановка и продюсирование культурно-досуговых программ», квалификация (степень) выпускника «бакалавр»/ Андреева, С. В. – Кемерово. : КемГИК, 2017. - с. 7. [↑](#footnote-ref-55)
56. Фатыхова, Д. Р. Учебно-методическое пособие-практикум по курсу «Имиджелогия» / Фатыхова, Д. Р. – Казань. : Казанский университет, 2020. – с. 5. [↑](#footnote-ref-56)
57. Андреева, С.В. Имиджелогия: конспект лекций для студентов, обучающихся по направлению подготовки 51.03.03 «Социально-культурная деятельность», профиль «Постановка и продюсирование культурно-досуговых программ», квалификация (степень) выпускника «бакалавр»/ Андреева, С. В. – Кемерово. : КемГИК, 2017. - с. 13. [↑](#footnote-ref-57)
58. Вылегжанин, Д.А. Введение в политическую имиджелогию: учебное пособие / Вылегжанин, Д. А. - М. : ФЛИНТА, 2019. – с. 10. [↑](#footnote-ref-58)
59. Чеботарева Н.И. Роль культурного фактора в формировании международного имиджа государства // Культура: теория и практика. - 2017. - №4. - с. 4. [↑](#footnote-ref-59)
60. Лаврентьев, А.Н. История дизайна: учебное пособие / Лаврентьев, А.Н. - М. :Гардарики, 2007. - с. 172. [↑](#footnote-ref-60)
61. Лаврентьев, А.Н. История дизайна: учебное пособие / Лаврентьев, А.Н. - М. :Гардарики, 2007. – с. 129. [↑](#footnote-ref-61)
62. Лаврентьев, А. Н. История дизайна: учебное пособие / Лаврентьев, А.Н. - М.: Гардарики, 2007, – с. 6 [↑](#footnote-ref-62)
63. Стратегии дизайна в отечественной культурной политике: [Электронный ресурс] // Московский государственный институт культуры. URL: http://www.mgik.org/news/25634/ (дата обращения: 01.05.2021). [↑](#footnote-ref-63)
64. Мельникова О.В. Основные задачи информационного обеспечения внешнеполитической деятельности / Мельникова О.В. // Международные отношения. – 2015. № 2. 2015. - с. 95. [↑](#footnote-ref-64)
65. Наумов, А. «Мягкая сила» и внешнеполитический имидж Российской Федерации / Наумов, А. URL: <http://www.perspektivy.info/rus/gos/magkaja_sila_i_vneshnepoliticheskij_imidzh_rossijskoj_federacii_2015-03-30.htm> (дата обращения: 30.04.2021) [↑](#footnote-ref-65)
66. Разина, Е. Богомолова, А. Креативный локомотив: как творческие индустрии могут подстегнуть экономику / Разина, Е. Богомолова, А. URL: <https://www.vedomosti.ru/partner/articles/2019/10/21/814145-kreativnii-lokomotiv> (дата обращения: 01.05.2021). [↑](#footnote-ref-66)
67. WADA лишило Россию права выступать на Олимпиадах и чемпионатах мира: [Электронный ресурс] // ТАСС Спорт. URL: https://tass.ru/sport/7298579 (дата обращения: 11.05.2021). [↑](#footnote-ref-67)
68. CAS на 2 года запретил российским спортсменам выступать под своим флагом: [Электронный ресурс] // РБК Спорт. URL: https://sportrbc.ru/news/5fdb0bdd9a7947696d13167a?ruid=uUjlA2BsenATyUotAwSRAg== (дата обращения: 07.05.2021). [↑](#footnote-ref-68)
69. Это точно санкции? На показе олимпийской экипировки для россиян, лишенных флага в Токио, флаг на форме обнаружил даже глава ОКР: [Электронный ресурс] // Mail спорт. URL: https://sportmail.ru/news/olympics/45975958/ (дата обращения: 07.05.2021). [↑](#footnote-ref-69)
70. Кречетников, А. Долгая дорога к храму: российский духовный центр в Париже открылся в рабочем порядке / Кречетников, А. URL: https://www.bbc.com/russian/features-37708395 (дата обращения: 13.05.2021). [↑](#footnote-ref-70)
71. Фролова, Н. Белое золото над Сеной.

    Духовно-культурный центр с православным собором Святой Троицы в Париже по проекту Жана-Мишеля Вильмотта // Фролова, Н. URL: https://archi.ru/world/71110/beloe-zoloto-nad-senoi (дата обращения: 05.05.2021). [↑](#footnote-ref-71)
72. Сергей Кузнецов принял участие в жюри MIPIM Awards-2015: [Электронный ресурс] // АРХСОВЕТ Москвы. URL: https://archsovet.msk.ru/article/sobytiya/sergey-kuznecov-prinyal-uchastie-v-zhyuri-mipim-awards-2015 (дата обращения: 18.05.2021). [↑](#footnote-ref-72)
73. В Париже построят экоустойчивый Олимпийский аквацентр: [Электронный ресурс] // ARSCHPACE. URL: https://archspace.info/article/v-parizhe-postrojat-ekoustojchivyj-olimpijskij-akvatsentr (дата обращения: 18.05.2021) [↑](#footnote-ref-73)
74. Российский центр в Париже: связь времен и народов: [Электронный ресурс] // ТАСС. URL: https://tass.ru/spec/russiancentre (дата обращения: 08.05.2021). [↑](#footnote-ref-74)
75. Центр притяжения. На строящемся в Париже православном храме установят купола: [Электронный ресурс] // Российская газета. URL: https://rg.ru/2016/03/12/na-stroiashchemsia-v-parizhe-pravoslavnom-hrame-ustanoviat-kupola.html (дата обращения: 10.05.2021). [↑](#footnote-ref-75)
76. Кречетников, А. Долгая дорога к храму: российский духовный центр в Париже открылся в рабочем порядке / Кречетников, А. URL: https://www.bbc.com/russian/features-37708395 (дата обращения: 13.05.2021). [↑](#footnote-ref-76)
77. Кречетников, А. Долгая дорога к храму: российский духовный центр в Париже открылся в рабочем порядке / Кречетников, А. URL: https://www.bbc.com/russian/features-37708395 (дата обращения: 14.05.2021). [↑](#footnote-ref-77)
78. Подарок эмигрантам: в Париже открыли российский православный центр: [Электронный ресурс] // РИА Новости. URL: https://ria.ru/20161019/1479563822.html (дата обращения: 14.05.2021). [↑](#footnote-ref-78)
79. Французы часами стояли в очереди, чтобы попасть в русский храм в Париже: [Электронный ресурс] // Фома. URL: https://foma.ru/frantsuzyi-chasami-stoyali-v-ocheredi-chtobyi-popast-v-russkiy-hram-v-parizhe.html (дата обращения: 09.05.2021). [↑](#footnote-ref-79)
80. Свято-Троицкий собор принял участие в "Европейских днях всемирного наследия": [Электронный ресурс] // Корсунская епархия.

    ПАТРИАРШИЙ ЭКЗАРХАТ В ЗАПАДНОЙ ЕВРОПЕ. URL: https://cerkov-ru.com/news/journees-patrimoine-2020/ (дата обращения: 09.05.2021). [↑](#footnote-ref-80)
81. Charlie Hebdo нарисовал карикатуру на открытие православного храма в Париже: [Электронный ресурс] // РИА Новости. URL: https://ria.ru/20161020/1479622752.html (дата обращения: 08.05.2021). [↑](#footnote-ref-81)
82. Клирик Троицкого собора пообщался с журналистом сайта Православие.ру: [Электронный ресурс] // Корсунская епархия

    ПАТРИАРШИЙ ЭКЗАРХАТ В ЗАПАДНОЙ ЕВРОПЕ. URL: https://cerkov-ru.com/novitiae/entrevue-pretre-Ion-Dimitrov/ (дата обращения: 09.05.2021). [↑](#footnote-ref-82)
83. Географический диктант впервые проведут для студентов Сорбонны: [Электронный ресурс] // РЕН ТВ: Новости. URL: https://ren.tv/news/v-mire/472330-geograficheskii-diktant-vpervye-provedut-dlia-studentov-sorbonny (дата обращения: 05.05.2021). [↑](#footnote-ref-83)
84. Коллекции ОСЕНЬ-ЗИМА 2020/2021 / PRE-FALL / НЕДЕЛЯ МОДЫ: РИМ

    Valentino: [Электронный ресурс] // VOGUE. URL: https://www.vogue.ru/collection/autumn\_winter2020/pre-fall/rome/Valentino/ (дата обращения: 13.05.2021). [↑](#footnote-ref-84)
85. Выставка работ В.М. Зайцева в Посольстве России в Лондоне: [Электронный ресурс] // Посольство Российской Федерации в Соединенном Королевстве Великобритании и Северной Ирландии. URL: https://www.rus.rusemb.org.uk/culture/27 (дата обращения: 13.05.2021). [↑](#footnote-ref-85)
86. Сафрошина, О. Вячеслав Зайцев: модельер, фотограф, художник / Сафрошина, О. URL: <https://www.erarta.com/ru/museum/news/report/detail/news-00193/> (дата обращения: 16.05.2021). [↑](#footnote-ref-86)
87. Смолев, Д. Рейтинг российских музеев — 2020: когда музеи были офлайновыми / Смолев, Д. URL: <http://www.theartnewspaper.ru/posts/8055/> (дата обращения: 16.05.2021). [↑](#footnote-ref-87)
88. Вячеслав Зайцев в Эрмитаже: [Электронный ресурс] // Государственный Эрмитаж. URL: https://www.hermitagemuseum.org/wps/portal/hermitage/research/publications/pub/zaycev/?lng=ru (дата обращения: 16.05.2021). [↑](#footnote-ref-88)
89. Первые показы на Russia Fashion Week: [Электронный ресурс] // BBC NEWS. URL: https://www.bbc.com/russian/multimedia/2011/04/110401\_pics\_russia\_fashion\_week (дата обращения: 16.05.2021). [↑](#footnote-ref-89)
90. Mercedes-Benz Fashion Week Russia стала финалистом международной премии Campaign Event Awards 2018: [Электронный ресурс] // Mercedes-Benz Fashion Week Russia. URL: http://mercedesbenzfashionweek.ru/news/10104-index (дата обращения: 14.05.2021). [↑](#footnote-ref-90)
91. Русские Сезоны: [Электронный ресурс] // Timelabs. URL: https://timelabs.ru/#/works/portfolio/russian-seasons/ (дата обращения: 18.05.2021). [↑](#footnote-ref-91)
92. Русские сезоны: программа мероприятий: [Электронный ресурс] // Russian Seasons. URL: https://russianseasons.org/ru/live/ (дата обращения: 19.05.2021). [↑](#footnote-ref-92)
93. Почему так много сайтов выглядят одинаково, или Как сделать уникальный дизайн?: [Электронный ресурс] // LPGENERATOR. URL: https://lpgenerator.ru/blog/2020/12/17/pochemu-tak-mnogo-sajtov-vyglyadyat-odinakovo-ili-kak-sdelat-unikalnyj-dizajn/ (дата обращения: 20.05.2021). [↑](#footnote-ref-93)