Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ
ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ПЕТРА ВЕЛИКОГО

Гуманитарный институт
Высшая школа медиакоммуникаций и связей с общественностью

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОЙ ПОЛИТИЧЕСКОЙ НАУКИ

Сборник научных трудов

Выпуск 17

ПОЛИТЕХ-ПРЕСС
Санкт-Петербургский
политехнический университет
Петра Великого

Санкт-Петербург
2022

УДК 659.3/4
А43

Р е ц е н з е н т ы:
Доктор исторических наук, профессор
Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого *С. Н. Погодин*
Доктор политических наук, профессор
Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого *З. З. Бахтуридзе*

Актуальные проблемы современной политической науки : сб. науч. тр. / под ред. М. С. Арканниковой. – СПб. : ПОЛИТЕХ-ПРЕСС, 2022. – Вып. 17. – 291 с.

Предлагаемый сборник – результат научных исследований широкого круга авторов. Издание посвящено актуальным проблемам современного общественного развития, проблемам анализа социальных и политических практик в условиях глобализации и цифровизации. Сборник включает научные работы, анализирующие уровень изменений общественных и политических процессов на локальном и региональном уровнях, вопросы международного сотрудничества и межкультурного диалога. Статьи отражают поиск возможностей осмысления и практического освоения новых областей знания. Актуализируется необходимость дальнейшего теоретического осмысления и прогнозирования коммуникационных трендов в политической, социальной, культурологической областях и в сфере международных отношений.

Предназначено для студентов, аспирантов, преподавателей и всех, кто интересуется проблемами современного социогуманитарного и политического знания.

Все материалы публикуются в авторской редакции, точка зрения редакции может не совпадать с мнением авторов статей.

Р е д а к ц и о н н а я к о л л е г и я:
кандидат политических наук, доцент *М. С. Арканникова*,
кандидат философских наук, доцент *Л. И. Евсеева*.

О т в е т с т в е н н ы й р е д а к т о р – кандидат политических наук, доцент, директор Высшей школы медиакоммуникаций и связей с общественностью СПбПУ, докторант Санкт-Петербургского государственного университета
М. С. Арканникова

Печатается по решению
Совета по издательской деятельности Ученого совета
Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого.

© Арканникова М. С., научное редактирование, 2022
© Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, 2022

ISBN 978-5-7422-7983-9

УДК 327.83

СПОРТИВНЫЕ СОРЕВНОВАНИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ «МЯГКОЙ СИЛЫ»

SPORTS COMPETITIONS AS A TOOL OF "SOFT POWER"

М.С. Терехов,
Санкт-Петербургский государственный университет
(Санкт-Петербург, Россия)
E-mail: mikhail.terekhov01@mail.ru
M.S. Terekhov,
Saint Petersburg State University
(Saint-Petersburg, Russia)

Научный руководитель: И.В. Зеленева, Санкт-Петербургский государственный университет, irina_zeleneva@mail.ru

Аннотация. В данной статье рассматриваются спортивные соревнования. Они являются довольно эффективным инструментом «мягкой силы». Многие государства борются за право проведения крупнейших международных соревнований у себя для того, чтобы улучшить на международной арене свой образ, благодаря которому им становится проще продвигать свои интересы. В работе применяются анализ научной литературы, сравнительный анализ и синтез. В статье после разбора концепции «мягкой силы» выделяются основные способы ее продвижения, такие как культура, бизнес, дипломатия, образование, результаты деятельности правительства, СМИ и информационная политика. В результате удается выявить экономический, информационный и культурный аспекты спортивных соревнований как инструмента «мягкой силы». В статье описывается то, как эти аспекты связаны с имиджем государства.

Abstract. This article focuses on sports competitions. They are a fairly effective tool of soft power. Many states compete for the right to host major international competitions in order to improve their image in the international arena, which makes it easier for them to promote their interests. The paper applies analysis of the academic literature, comparative analysis and synthesis. The article, after dissecting the concept of soft power, highlights the main ways in which it can be promoted, such as culture, business, diplomacy, education, government performance, media and information policy. As a result, the economic, informational and cultural aspects of sports competitions as soft power tool are identified. The article describes how these aspects are linked to the image of the state.

Ключевые слова: СПОРТИВНЫЕ СОРЕВНОВАНИЯ, МЯГКАЯ СИЛА, СПОРТ, ИМИДЖ, ИНСТРУМЕНТЫ МЯГКОЙ СИЛЫ.

Key words: SPORTS COMPETITIONS, SOFT POWER, SPORT, IMAGE, SOFT POWER TOOLS.

Спортивные соревнования становятся все более распространенными. Многие государства стремятся проводить их у себя. Это выливается в крайне серьезную конкуренцию за право принятия крупнейших мировых спортивных событий. Немалое количество стран подает заявки на проведение Летней и Зимней Олимпиад и Универсиад, Чемпионатов и Кубков мира по отдельным видам спорта, континентальных соревнований по отдельным видам спорта и т.д. Проведение подобных спортивных соревнований является не только экономически выгодным, но и имиджевым событием. Для стран, которым выпадает такая возможность, важно провести их на высоком уровне. Если им это удается, то престиж страны, проводившей турнир, возрастает в глазах зарубежной аудитории [1]. Таким образом, страны борются за право проведения крупнейших международных соревнований у себя для того, чтобы улучшить на международной арене свой образ, благодаря которому им становится проще продвигать свои интересы.

Целью данной работы является определение того, как спортивные соревнования могут использоваться в качестве инструмента «мягкой силы» государства. Для того, чтобы достигнуть поставленной цели, необходимо:

- рассмотреть концепцию «мягкой силы»;
- выявить через какие аспекты «мягкой силы» могут быть использованы спортивные соревнования;
- показать то, как через выявленные аспекты спортивные соревнования используются в качестве инструмента «мягкой силы».

В данной работе при рассмотрении концепции «мягкой силы» применяется анализ научной литературы. При выделении аспектов спортивных соревнований как инструмента «мягкой силы» используются сравнительный анализ и синтез. Во время рассмотрения выявленных аспектов спортивных соревнований как инструмента «мягкой силы» применяются традиционные общенаучные аналитические методы.

В научной литературе изучению спорта в качестве инструмента «мягкой силы», которая неразрывно связана с понятием имиджа, посвящено немало работ. Так Черкасова П.В. рассматривала спорт как способ формирования имиджа государства, как составляющую его авторитета на международной

арене [2]. Аминова Р.Р. изучала спорт в качестве составляющей «мягкой силы» в современных международных отношениях [3]. Спорт как один из элементов «мягкой силы», являющихся инструментами внешнеполитического влияния, рассматривала Кирьянова Л.А. [4]. Леонтьев Е.Д. изучал сущностные характеристики феномена спорта как инструмента «мягкой силы» и его составные элементы, а также задачи, решаемые с опорой на спорт и спортивные достижения в политических целях государствами на международной арене [5]. Мануйленко Э.В. в своей работе обозначила место спорта в создании имиджа государства, выделила некоторые пути дальнейшего развития политики, направленной на создание и поддержание позитивного имиджа государства, при помощи спорта [6].

Встречаются и работы, где рассматриваются примеры конкретных стран. Так, например, Ходоева А.А. на примере фигурного катания изучала влияние спорта на имидж России в международном сообществе [7]. Кожевников М.Н. рассматривал влияние спорта на мировые политические процессы на примере России и Китая. Им был произведен анализ исторических предпосылок спортивно-политического противостояния, механизмов продвижения идеологии государств с помощью элементов «мягкой силы» [8]. Осинина Д.Д. в своей работе исследовала спорт в качестве одного из основных ресурсов политики «мягкой силы» государства, рассматривая опыт применения подобного инструмента как в зарубежных странах - Южной Корее, Китае, США, так и в России [9].

Соревнования как одна из составляющих спорта, являющегося элементом «мягкой силы», также изучались исследователями. Так, например, Корчагина Е.В. анализировала международный опыт использования Олимпийских игр как инструмента формирования позитивного имиджа страны [10]. Мартыненко С.Е. в своей работе рассматривал имиджевую функцию международного спорта на примере XXI Зимних Олимпийских игр в г. Сочи в 2014 году [11]. Lee C. изучал вопрос улучшения имиджа стран, принимающих спортивные мегасобытия [1]. Филонов В.И. рассматривал примеры влияния Олимпийских игр на формирование имиджа стран-участниц [12]. Кочетков В.В. изучал роль чемпионата мира по футболу 2018 года в формировании имиджа России [13].

Научная новизна данной работы заключается в выделении экономического аспекта использования спортивных соревнований в качестве инструмента «мягкой силы», который задействован через коммерческие

компании. Также в работе представляется комплексный анализ и других аспектов спортивных соревнований как инструмента «мягкой силы».

Концепцию «мягкой силы» сформулировал американский политолог Джозеф С. Най мл. Однако, ее предтечи можно встретить в концепции культурно-идеологической гегемонии А. Грамши; концепции властного дискурса М. Фуко, Т.А. ван Дейка, Д. Батлера; коммуникативной концепции власти Ю. Хабермаса, Х. Арендт, Н. Лумана, К. Дойча; концепции симулякров и соблазна Ж. Бодрийяра, Ж. Липовецки; концепции символической власти П. Бурдье; концепции власти в гуманистической антропологии Э. Фромма [14].

Пожалуй, самым полным определением термина «мягкая сила», которое дал Най, является следующее: «мягкая сила» — это способность влиять на других при помощи приобщающих инструментов, определяющих международную повестку дня, а также при помощи убеждения и позитивной привлекательности, с целью достижения желаемых результатов» [15].

Най выделяет 3 основных источника «мягкой силы»: культурная привлекательность, идеологическая привлекательность, правила и институты международных режимов [16]. Основными ресурсами «мягкой силы» являются культура, политические ценности и внутренняя политика, внешняя политика [17].

Отсутствие в работах Ная какой-то конкретной стратегии «мягкой силы» объясняется тем, что каждая страна единственна и неповторима (имеются в виду история, культура и набор ресурсов).

К «официальным инструментам «мягкой силы» Дж. Най относил публичную дипломатию, радио- и телевещание, программы обменов, содействие развитию, ликвидацию последствий стихийных бедствий, сотрудничество между вооруженными силами [18]. К структурам, которые могут наиболее эффективно продвигать «мягкую силу» международного актора, он причисляет: некоммерческие организации, фонды, коммерческие компании [19]. Акторы, которые, согласно концепции Дж. Ная, могут использовать «мягкие» инструменты делятся на две большие группы: государственные акторы, негосударственные акторы (например, транснациональные коммерческие компании, международные общественные организации, влиятельные международные и национальные научные центры) [20].

Благодаря тому, что концепция «мягкой силы» со временем набирала популярность, с 2010 года начали появляться рейтинги, в которых ученые пытались вывести формулу ее подсчета.

Леонова О.Г. в своей работе представляет довольно обширный список инструментов «мягкой силы». В него входят: инфопотоки; политический пиар, ориентированный на зарубежную аудиторию; глобальный маркетинг; позиционирование страны в глобальной иерархии; язык страны и степень его популярности в мире; народная (публичная) дипломатия; туризм, спорт и культурные обмены; система образования и студенческие (молодежные) обмены; способность вести информационные войны; миграционная политика; национальная диаспора; диалог культур [21].

Журнал «Монокль» в паре с британской благотворительной независимой организацией «The Institute for Government» в 2010 году составили первый единый рейтинг «мягкой силы». Ими было выделено пять составляющих: бизнес/инновации, культура (одним из показателей которой были успехи в спорте), правительство, дипломатия и образование [22].

Компания Portland Communications в 2019 году выпустила свой последний на данный момент рейтинг «мягкой силы». Он основывается на 7 составляющих: культура (спорт является одним из ее критериев); цифровые технологии; образование; сила дипломатической сети страны; предпринимательство; оценка приверженности государства свободе, демократии, правам человека и качество политических институтов; результаты массовых опросов о привлекательности стран [23].

В 2022 году британская консалтинговая компания «Brand Finance» выпустила свой рейтинг «мягкой силы». Он содержит такие критерии, как: осведомленность о национальных брендах и их узнаваемость; общее влияние страны; общая репутация страны; эффективность на основных 7 столпах мягкой силы - бизнес и торговля, управление, международные отношения, культура (куда входит спорт) и наследие, СМИ и коммуникация, образование и наука, люди и ценности [24].

Основными способами продвижения «мягкой силы» государства являются культура, бизнес/предпринимательство, дипломатия, образование, результаты деятельности правительства, СМИ и информационная политика. Что касается спортивных соревнований, то мы можем выделить следующие их аспекты как инструмента «мягкой силы»: экономический, информационный и культурный.

Одной из сфер, с которыми тесно взаимосвязаны спортивные соревнования, является экономическая сфера, а точнее бизнес. Большинство крупных международных компаний неразрывно связаны со страной, откуда эта компании родом (например, нахождение главных офисов компаний).

Существует и другая связь компании со страной – это те ассоциации, которые возникают у людей. Таким образом, компании ассоциируются со странами, в которых они находится. Благодаря спонсированию спортивных соревнований компаниям путем рекламы, которая им предоставляется организаторами, удается продвигать не только свои бренды, но и страны, в которых они находятся. Путем создания благоприятного образа компании, представляющей какую-либо конкретную страну, продвигается и «мягкая сила» данной страны.

Еще одной сферой, с которой проведение спортивных соревнований неразрывно связано, является информационная сфера. Средства массовой информации являются одним из главных способов создание позитивного образа страны в глазах населения зарубежных стран. Освещение в СМИ различных спортивных мероприятий влияет и на создание образа страны, которая его принимает, в глазах читателей и слушателей. СМИ, в большинстве случаев, дают не просто «сухую» информацию, а создают различную окраску описываемых ими событий.

Спорт неразрывно связан и с культурой. По мнению подавляющего большинства ученых, спорт и вовсе является частью культуры. Проведение спортивных соревнований является способом ознакомления зарубежной аудитории с культурой принимающей страны, причем культурой не только спортивной, но и другой (например, национальная кухня, изобразительное искусство, литература, музыка, традиции и т.д.). Производится такое ознакомление в основном благодаря туризму и информации в СМИ. При этом стоит также отметить, что туризм и материалы СМИ о стране взаимосвязаны.

В результате можно сделать вывод о том, что спортивные соревнования являются довольно эффективным инструментом «мягкой силы». Многие государства борются за право проведения крупнейших международных соревнований у себя для того, чтобы улучшить на международной арене свой образ, благодаря которому им становится проще продвигать свои интересы. Основными способами продвижения «мягкой силы» государства являются культура, бизнес/предпринимательство, дипломатия, образование, результаты деятельности правительства, СМИ и информационная политика. В работе были выделены следующие аспекты спортивных соревнований как инструмента «мягкой силы»: экономический, информационный и культурный. Также было показано, как они могут использоваться.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. Lee C., Taylor T., Lee Y., Lee B. The Impact of a Sport Mega-Event on Destination Image // International Journal of Hospitality and Tourism Administration. 2005. № 6. P. 27-45. DOI: 10.1300/J149v06n03_03

2. Черкасова П.В. Спорт как инструмент мягкой силы в международных отношениях // Вестника студенческого научного общества ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет». – 2020. – Т. 2, № 12-1. – С. 269-272. EDN: CMONLM

3. Аминова Р.Р., Ахметкаримов Б.Г. Спорт как мягкая сила в современных международных отношениях // Международные отношения и общество. – 2019. – Т. 1, №4. – С. 75-80. EDN: BNBUOA

4. Кирьянова Л.А., Морозова Л.В., Мельникова Т.И. Спорт как инструмент «мягкой силы» в политике // Ученые записки университета им. П.Ф. Лесгафта. – 2019. – № 8 (174). – С. 83-87. EDN: ZHCTHH

5. Леонтьев Е.Д. Спорт как элемент «мягкой силы» в арсенале средств внешнеполитической деятельности государства // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Общественные науки. – 2022. – № 1 (846). – С. 40–44. DOI: 10.52070/2500-347x_2022_1_846_40

6. Мануйленко Э.В., Тащиян А.А., Лапшин И.Е. Влияние спорта высших достижений на формирование и поддержание позитивного имиджа государства // Известия Балтийской государственной академии рыбопромыслового флота: психолого-педагогические науки. – 2020. – № 1 (51). – С. 162-166. EDN: IYHYKD

7. Ходоева А.А. Влияние спорта на имидж страны // Вопросы устойчивого развития общества. – 2020. – № 10. – С. 369-377. DOI: 10.34755/IROK.2020.57.28.140

8. Кожевников М.Н. Спорт как инструмент влияния на мировые политические процессы (на примере России и Китая) // Вопросы политологии. – 2017. – № 1 (25). – С. 197-207. EDN: YIRDYX

9. Осинина Д.Д., Урожок Е.А. Спорт и политика в современном мире // Научные записки молодых исследователей. – 2016. – № 2. – С. 77-82. EDN: WEBGQP

10. Корчагина Е.В., Варнаев А.В. Олимпийские игры как инструмент формирования имиджа страны // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2013. – Т. 16, № 5. – С. 189-202. EDN: QCEJKS

11. Мартыненко С.Е. Имиджевая функция спорта на примере формирования имиджа // Социология. – 2020. – № 2. – С. 293-298. EDN: LWFMUZ

12. Филонов В.И., Юдина А.В. Спорт как важная составляющая политического имиджа государства // Вестник Поволжского института управления. – 2018. – Т. 18, № 4. – С. 103-111. DOI : 10.22394/1682-2358-2018-4-103-111

13. Кочетков В.В. Роль Чемпионата мира по футболу 2018 г. в формировании имиджа России // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология. – 2020. – Т. 26, № 3. – С. 106-126. DOI: 10.24290/1029-3736-2020-26-3-106-126

14. Емельянова Н.Н. «Мягкая сила» как концепт: критический анализ // Международная аналитика. – 2018. – № 3 (25) – С. 7-24. DOI: 10.46272/2587-8476-2018-0-3-7-24

15. Nye J.S. The future of power / New York: Public Affairs, 2011. 320 p.

16. Nye J.S. Soft Power // Foreign Policy. 1990. № 80. P. 153-171. DOI: 10.2307/1148580

17. Nye J.S. Soft power: means to success in World Politics / New York: Public Affairs, 2004. 191 p.

18. Nye J.S. Get Smart: Combining Hard and Soft Power // Foreign Affairs. 2009. P. 160-163.

19. Nye J.S. Public Diplomacy and Soft Power // The Annals of the American Academy of Political and Social Science. 2008. № 616 (1). P. 94-109. DOI: 10.1177/0002716207311699

20. Агеева В.Д. Роль инструментов «мягкой силы» во внешней политике Российской Федерации в контексте глобализации: диссертация ... кандидата политических наук: 23.00.04 / С.-Петерб. гос. ун-т. - Санкт-Петербург, 2016.

21. Леонова О.Г. Мягкая сила - ресурс внешней политики государства // Обозреватель. – 2013. – №4 (279). – С. 27-40. EDN: PXVNNT

22. McClory J. The New Persuaders: An international ranking of soft power // Institute for Government. 2010. 7 December. URL: https://www.instituteforgovernment.org.uk/publications/new-persuaders (дата обращения: 16.11.2022).

23. McClory J. The Soft Power 30: A Global Ranking of Soft Power 2019 // Portland Communications. 2019. URL: https://softpower30.com/wp-content/uploads/2019/10/The-Soft-Power-30-Report-2019-1.pdf (дата обращения: 16.11.2022).

24. Global Soft Power Index 2022 // Brand Finance. 2022. URL: https://brandirectory.com/softpower/ (дата обращения: 16.11.2022).

СОДЕРЖАНИЕ

Арканникова М.С. ПРЕДИСЛОВИЕ……... ……3

Раздел I. ТЕОРИЯ ПОЛИТИЧЕСКОЙ НАУКИ И ПОЛИТОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

Мыльников И.С. ВНУТРЕННИЕ МИГРАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ В КИТАЕ: ФАКТОРЫ И ЗНАЧЕНИЕ……. 5

Подлужин А.Е. ВЛИЯНИЕ ДИАСПОР НА ПОЛИТИКУ ГЕРМАНИИ.…… 13

Мельникова И.Ю., Танова А.Г., Ковалевский А.В. ГРАЖДАНСКИЙ АКТИВИЗМ В МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ…… 23

Дилинуэр Ахэмайти ДЕЙСТВИЯ РОССИИ В УСЛОВИЯХ РОССИЙСКО-УКРАИНСКОГО КОНФЛИКТА В ОТВЕТ НА САНКЦИИ ЗАПАДНЫХ СТРАН… 30

Шаматрина А.В. ЗАЩИТА ПРАВ РЕБЕНКА В СЛУЧАЕ МЕЖДУНАРОДНОГО КОНФЛИКТА …… 35

Люй Цзяинь ИДЕАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВО» ПЛАТОНА И «ОБЩЕСТВО ДАТУН» КОНФУЦИЯ…… 42

Соннова Д.В., Бабундина Д.В. ЛЕВАЯ ПАРТИЯ ФРГ: ГЕНЕЗИС И ИДЕОЛОГИЯ…… 48

Никифоров Д.О., Ярыгин Г.О. ОРГАНЫ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ МИНИСТЕРСТВА ОБОРОНЫ РОССИИ: ЭВОЛЮЦИЯ, СТРУКТУРА И ФУНКЦИИ……. 56

Иванисенко А.К., Котова А.Л. ПРОБЛЕМЫ ПРОДАЖИ ЧУЖОЙ ВЕЩИ В ОБЯЗАТЕЛЬСТВЕННОМ ПРАВЕ…….. 68

Евсеева Л.И., Шипунова О.Д. ПРОЦЕССЫ ЦИФРОВИЗАЦИИ ПОЛИТИЧЕСКОЙ СФЕРЫ: РОЛЬ СЕТЕВЫХ КОММУНИКАЦИЙ В РАЗВИТИИ ПОЛИТИЧЕСКОГО ДИАЛОГА…….. 74

Григорьева А.В., Меньшикова А.Д. РАЗВИТИЕ ИНСТИТУТА ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ В КНР: ПОЛИТИЧЕСКИЙ ПОДХОД …… 84

Резникова М.-М.Я., Смирнова М.-А.С., Осипова М.-А.А. СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЕ НАРОДНЫЕ СУДЫ И ИХ МЕСТО В ПОЛИТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЕ КИТАЯ …….. 93

Филимонова А.А. ЭВОЛЮЦИЯ КОНЦЕПТА «ПРАВЫЙ» В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ…… 100

Раздел II. КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТРЕНДЫ И ПРАКТИКИ В СОВРЕМЕННОМ СОЦИУМЕ

Е Цянь АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ ТРАДИЦИОННОЙ КИТАЙСКОЙ КУЛЬТУРНОЙ МЫСЛИ НА РЕКЛАМУ…… 108

Лопухова А.К., Попов Д.Г. ВОПРОСЫ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ PR-СПЕЦИАЛИСТА……. 115

Петриченко М.В., Фомичева А.А. КОНЦЕПЦИЯ «NEWS FIND ME» …….. 121

Раздел III. ГЛОБАЛЬНЫЕ И ЛОКАЛЬНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И ПРОБЛЕМЫ МИРОВОЙ ПОЛИТИКИ И МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ

Сосюк А.П. ВОДНЫЕ КОНФЛИКТЫ НА БЛИЖНЕМ ВОСТОКЕ КАК УГРОЗА РЕГИОНАЛЬНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ (НА ПРИМЕРЕ РЕКИ ЕВФРАТ)… 128

Бабундина Д.В., Соннова Д.В. ИСТОРИЯ СОЗДАНИЯ И ПЕРВЫЕ УСПЕХИ ПАРТИИ «АЛЬТЕРНАТИВА ДЛЯ ГЕРМАНИИ……..….. 135

Си Цзинбо КИТАЙСКО-РОССИЙСКОЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО В ЭПОХУ COVID-19……. 145

Березина М.И. МЕЖДУНАРОДНАЯ ПРОГРАММА ЮНЕСКО «ЧЕЛОВЕК И БИОСФЕРА»: ИССЛЕДОВАНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ В СРЕДНЕСРОЧНЫЙ ПЕРИОД (2019-2022)……. 151

Клюев Ю.В., Зубко Д.В. МЕЖГОСУДАРСТВЕННОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО РОССИИ В ОБЕСПЕЧЕНИИ МЕЖДУНАРОДНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ……. 157

Косарева А.С. МИГРАЦИОННАЯ СИТУАЦИЯ В ФРГ В СВЯЗИ С УКРАИНСКИМ КРИЗИСОМ…… 165

Бабич А.П. РОЛЬ ШВЕЦИИ В ПЕРЕХОДЕ К ВОЗОБНОВЛЯЕМЫМ ИСТОЧНИКАМ ЭНЕРГИИ…….. 175

Еремина К.Е. СОВРЕМЕННОЕ МИРОУСТРОЙСТВО: КИТАЙ БРОСАЕТ ВЫЗОВ ГЕГЕМОНИИ США…… 182

Стародубцева У.М., Фадина Я.С. СОВРЕМЕННЫЕ ТРЕНДЫ МИРОВОЙ ПОЛИТИКИ……. 191

Арутюнян И.М. СОЦИАЛЬНО-ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ КАК ВЕКТОР МОДЕРНИЗАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ РЕСПУБЛИКИ АРМЕНИИ……. 197

Семерная А.Ю., Матвеевская А.С. ТРЕНДЫ И ПРАКТИКИ СОЦИАЛЬНО-ПОЛИТИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ…….. 206

Чепурнаева О.Ю. ЦИФРОВОЙ СУВЕРЕНИТЕТ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ В УСЛОВИЯХ САНКЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ ЗАПАДА: ВОЗМОЖНОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ…… 212

Соколовская Д.А. ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ ДИПЛОМАТИЯ СТРАН БРИКС…. 221

Раздел IV. МЕЖКУЛЬТУРНЫЕ КОММУНИКАЦИИ / СОЦИОКУЛЬТУРНАЯ ДИНАМИКА В ИЗМЕНЯЮЩЕМСЯ МИРЕ

Сафронова Е.А. ГОД ИТАЛИИ В РОССИИ КАК ВАЖНЫЙ ЭТАП ДВУСТОРОННЕГО СОТРУДНИЧЕСТВА…….. 228

Тхиеу Тхи Тхань КОММУНИКАЦИОННЫЕ СТРАТЕГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ РОССИЙСКИХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРОГРАММ НА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ РЫНКЕ ВЬЕТНАМА…… 235

Павлова О.К. ОБРАЗОВАНИЕ И ВОСПИТАНИЕ В ПЕРИОД АНТИЧНОСТИ. ЦЕННОСТЬ ИСТОРИЧЕСКОГО НАСЛЕДИЯ……. 241

Федорова А.С. ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ «ЮНЕСКО» В ИНТЕРЕСАХ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ…….. 252

Роговых Т.С. ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ КУЛЬТУРНОГО ДИАЛОГА ГОРОДОВ-ПОБРАТИМ……. 257

Терехов М.С. СПОРТИВНЫЕ СОРЕВНОВАНИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ «МЯГКОЙ СИЛЫ»……. 264

Гусева Д.В. ФЕНОМЕН «ОТМЕНЫ» В СОВРЕМЕННОЙ КУЛЬТУРЕ И ОЛИМПИЙСКОМ СПОРТЕ…….. 272

Поздеева Е.Г. ЭТИЧЕСКИЙ ПОВОРОТ В ЭПОХУ ЦИФРОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ……. 281

СОДЕРЖАНИЕ…….. 288

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОЙ ПОЛИТИЧЕСКОЙ НАУКИ

Сборник научных трудов

Выпуск 17

Налоговая льгота – Общероссийский классификатор продукции
ОК 005-93, т. 2; 95 3004 – научная и производственная литература

Подписано в печать 27.12.2022. Формат 60×84/16. Печать цифровая.
Усл. печ. л. 18,25. Тираж 80. Заказ 5785.

Отпечатано с готового оригинал-макета,
предоставленного ответственным редактором,
в Издательско-полиграфическом центре Политехнического университета.
195251, Санкт-Петербург, Политехническая ул., 29.
Тел.: (812) 552-77-17; 550-40-14.