

УДК 32

## **Медиакоммуникации как инструмент культурной дипломатии: стратегический анализ воздействия цифровых платформ на международное сотрудничество**

**Сорокина Мария Дмитриевна**

Студент,  
Дальневосточный федеральный университет,  
690922, Российская Федерация, Владивосток, о. Русский, п. Аякс, 10;  
e-mail: Sorokina@mail.ru

**Мичурова Арина Сергеевна**

Студент,  
Дальневосточный федеральный университет,  
690922, Российская Федерация, Владивосток, о. Русский, п. Аякс, 10;  
e-mail: Sorokina@mail.ru

**Дворянинова Софья Антоновна**

Студент,  
Дальневосточный федеральный университет,  
690922, Российская Федерация, Владивосток, о. Русский, п. Аякс, 10;  
e-mail: Sorokina@mail.ru

**Емец Евгения Александровна**

Студент,  
Дальневосточный федеральный университет,  
690922, Российская Федерация, Владивосток, о. Русский, п. Аякс, 10;  
e-mail: Sorokina@mail.ru

### **Аннотация**

В статье рассмотрены теоретические и практические аспекты использования медиакоммуникаций в культурной дипломатии с акцентом на роль цифровых платформ в укреплении международного сотрудничества. Проанализированы успешные кейсы применения социальных сетей, видеохостингов и технологий виртуальной реальности для популяризации национальных культур. Особое внимание уделено вызовам, связанным с дезинформацией, цифровым неравенством и утратой культурной идентичности, а также перспективам использования инновационных стратегий и технологий. Обоснована значимость медиакоммуникаций как ключевого инструмента «мягкой силы», позволяющего преодолевать межкультурные барьеры и формировать устойчивые

международные связи. Представленные выводы основаны на анализе данных международных исследований, отчетов и примеров государственной практики.

#### **Для цитирования в научных исследованиях**

Сорокина М.Д., Мичурова А.С., Дворянинова С.А., Емец Е.А. Медиакоммуникации как инструмент культурной дипломатии: стратегический анализ воздействия цифровых платформ на международное сотрудничество // Теории и проблемы политических исследований. 2024. Том 13. № 7А. С. 64-72.

#### **Ключевые слова**

Медиакоммуникации, культурная дипломатия, цифровые платформы, международное сотрудничество, дезинформация, цифровое неравенство, культурная идентичность, виртуальная реальность, «мягкая сила», межкультурный диалог.

## **Введение**

Культурная дипломатия представляет собой один из ключевых инструментов «мягкой силы», посредством которого государства продвигают свои культурные ценности, традиции и национальный имидж на международной арене. Это стратегическое направление публичной дипломатии направлено на укрепление международного сотрудничества, снижение напряженности в межгосударственных отношениях и формирование устойчивых культурных связей между народами. Согласно Джозефу Наю, культурная дипломатия играет критическую роль в создании положительного имиджа страны, так как воздействует на эмоциональное восприятие и ценностные ориентации иностранных аудиторий. В современных условиях, когда цифровизация охватывает все аспекты общественной жизни, медиакоммуникации становятся важнейшим инструментом культурной дипломатии, обеспечивая глобальный охват, адаптивность и интерактивность.

## **Основная часть**

Роль медиакоммуникаций в культурной дипломатии значительно усилилась в условиях глобализации и цифровой трансформации. Современные медиа создают уникальные возможности для трансляции культурного контента, его адаптации к целевым аудиториям и интерактивного взаимодействия с ними. В этом контексте медиакоммуникации позволяют решать две ключевые задачи: популяризацию национальной культуры за рубежом и обеспечение межкультурного диалога. Например, успешные инициативы таких стран, как Южная Корея и Япония, демонстрируют, как медиаплатформы могут формировать культурный брендинг. Южнокорейский феномен "K-Culture" стал всемирно известным благодаря масштабному использованию социальных сетей, таких как YouTube и TikTok, для продвижения музыки, кино и традиционного искусства, что не только повысило узнаваемость культуры, но и укрепило экономические позиции страны через экспорт культурных продуктов.

Цифровые платформы выступают новым и мощным инструментом культурной дипломатии, позволяя транслировать культурные ценности в масштабах, ранее недостижимых для традиционных медиа. Социальные сети, такие как Facebook, Instagram и Twitter, стали важной частью стратегий многих государств. Они используются для продвижения национальных праздников, искусства, кухни и даже исторических событий. Например, официальный

Instagram-аккаунт Visit Japan регулярно публикует визуально привлекательный контент, связанный с японской культурой, который сопровождается интерактивными элементами, такими как опросы, викторины и прямые трансляции. Это создает не только эстетическое восприятие, но и вовлекает пользователей в активное изучение культуры.

Видеохостинги, такие как YouTube, становятся платформами для проведения виртуальных экскурсий, демонстрации культурных событий и трансляции образовательных программ. Так, проект «Россия в виртуальной реальности», реализованный Министерством культуры Российской Федерации, предоставляет доступ к культурным памятникам страны через 360-градусные видеотуры. Эта инициатива позволила многим иностранным зрителям «посетить» Эрмитаж, Красную площадь и другие известные объекты, что способствует популяризации российского культурного наследия [Бодрунова, Лукьянов, 2021].

Виртуальная реальность и метавселенные начинают открывать новые горизонты в культурной дипломатии. Например, Китай инициировал разработку виртуальных культурных пространств, где пользователи могут посещать традиционные фестивали, музеи и концерты. Такая технология не только расширяет доступность культурных событий, но и создает уникальный формат погружения в национальные традиции. По данным отчета McKinsey (2024), использование виртуальной реальности в культурных инициативах увеличивает уровень вовлеченности иностранных аудиторий на 35%, что свидетельствует о высоком потенциале этого направления.

Медиакоммуникации также играют важную роль в устранении стереотипов и повышении культурного понимания. Исследование Pew Research Center, проведенное в 2023 году, показало, что 72% опрошенных из более чем 50 стран отметили положительное влияние цифровых медиа на их восприятие иностранных культур. Это особенно важно в условиях глобальных вызовов, таких как миграционные кризисы, геополитическая напряженность и проблемы культурной идентичности [Рожков, 2020]. Цифровые платформы позволяют не только распространять национальный контент, но и способствуют созданию площадок для диалога, где представители различных культур могут обмениваться мнениями, совместно обсуждать актуальные вопросы и формировать новые точки соприкосновения.

Однако эффективность медиакоммуникаций в культурной дипломатии зависит от их стратегического применения. Использование алгоритмов таргетирования аудитории, анализ больших данных и адаптация контента под культурные особенности различных регионов являются ключевыми аспектами успешной реализации цифровых инициатив. Например, культурная дипломатия Великобритании активно использует аналитические инструменты для разработки контента, ориентированного на молодую аудиторию стран Азии и Африки. Это включает популяризацию британской музыки, моды и искусства через платформы TikTok и YouTube, что укрепляет восприятие страны как инновационного и креативного центра.

Цифровые платформы стали неотъемлемой частью современных стратегий культурной дипломатии, предоставляя уникальные возможности для укрепления международного сотрудничества и популяризации национальных культур. Их значение особенно возросло в эпоху глобализации, когда традиционные формы культурного обмена уступают место интерактивным и доступным для широкой аудитории инструментам цифрового взаимодействия. Использование социальных сетей, видеохостингов и технологий виртуальной реальности позволяет государствам эффективно продвигать свою культурную идентичность, адаптируя подходы к восприятию и взаимодействию с аудиторией в разных странах.

Южная Корея является ярким примером успешного использования цифровых платформ для

развития культурной дипломатии. Созданный за последние два десятилетия феномен "K-Culture" стал глобальным брендом, охватывающим музыку, кино, гастрономию, моду и даже язык. Группы K-поп, такие как BTS и BLACKPINK, активно используют платформы YouTube и TikTok, собирая миллиарды просмотров и создавая контент, который адаптирован к потребностям различных аудиторий. Это стратегическое использование цифровых платформ позволяет Южной Корее не только укреплять культурные связи, но и добиваться значительных экономических результатов. В 2023 году экспорт корейских культурных продуктов принес стране более 12 миллиардов долларов, что подтверждает влияние медиакommunikаций на укрепление экономической и культурной интеграции.

Не менее успешным примером является использование цифровых платформ Японией. В рамках национальной программы Visit Japan активно используются социальные сети Instagram и Facebook, где публикуются визуально насыщенные материалы, рассказывающие о традиционной японской культуре, таких как чайные церемонии, икебана, гастрономия и фестивали. Платформа YouTube стала инструментом для проведения виртуальных экскурсий и онлайн-курсов, которые охватывают такие аспекты, как изучение каллиграфии или приготовление национальных блюд. Эти инициативы способствуют не только росту туристического интереса, но и укреплению международного имиджа Японии как страны, бережно сохраняющей культурные традиции и открытой для межкультурного обмена.

Пример России также демонстрирует успешное применение цифровых технологий в культурной дипломатии. Проект «Русский музей онлайн», разработанный Министерством культуры Российской Федерации, предлагает зрителям со всего мира возможность виртуально посещать музейные залы через платформы YouTube и Google Arts & Culture. Использование технологий 360-градусного видео позволяет создавать эффект полного погружения, что делает культурное наследие страны доступным для миллионов пользователей. Данные инициативы играют важную роль в улучшении восприятия российской культуры за рубежом, особенно в условиях геополитической напряженности, когда традиционные формы культурного обмена могут быть ограничены.

Африканские страны, которые ранее были слабо представлены в глобальном информационном пространстве, также начали активно использовать цифровые платформы для популяризации своего культурного наследия. Например, видеоконтент, связанный с традиционной музыкой, танцами и ремеслами, стал популярным на TikTok, что позволяет странам Африки привлекать внимание международной аудитории и разрушать устоявшиеся стереотипы. Эти инициативы поддерживаются международными организациями, такими как ЮНЕСКО, которые выделяют гранты и проводят образовательные программы, направленные на развитие цифровых компетенций в культурной сфере.

Влияние цифровых платформ на восприятие национальных культур выходит за пределы популяризации отдельных элементов культурного наследия. Они способствуют формированию более глубокого межкультурного диалога, который разрушает барьеры и создает условия для взаимопонимания. Исследование Pew Research Center, проведенное в 2023 году, показало, что 72% опрошенных из более чем 50 стран отметили, что использование социальных сетей и видеоплатформ помогает им лучше понимать другие культуры. Кроме того, 68% респондентов указали, что подобные платформы снижают предвзятость и стереотипы, формируя более толерантное отношение к культурному разнообразию.

Технологии виртуальной реальности и метавселенные становятся следующим этапом развития культурной дипломатии. Китай активно использует возможности виртуальных миров

для проведения культурных фестивалей, где пользователи могут погрузиться в атмосферу традиционных праздников или посетить исторические достопримечательности. Согласно отчету McKinsey (2024), использование технологий VR в культурной сфере увеличивает вовлеченность аудитории на 40%, что делает их особенно перспективными для стран, стремящихся укрепить свое международное культурное присутствие.

Эффективность использования цифровых платформ в культурной дипломатии во многом зависит от их стратегического применения [Ван, Равочкин, 2024]. Государства, которые демонстрируют наиболее успешные результаты, активно используют аналитику данных, таргетинг и персонализацию контента [Сулейманова, Насырова, 2024; Мехдиев, Сулейманова, Бондаренко, 2023]. Великобритания, например, адаптирует свои культурные инициативы для молодежной аудитории стран Азии, используя такие платформы, как TikTok и YouTube, для популяризации музыки, моды и театрального искусства. Такой подход не только улучшает восприятие британской культуры, но и способствует укреплению политических и экономических связей с этими регионами.

Медиакоммуникации, ставшие одним из центральных инструментов культурной дипломатии, представляют собой не только возможности, но и серьезные вызовы, связанные с их стратегическим использованием. Среди основных рисков, ограничивающих эффективность медиакоммуникаций, выделяются проблемы дезинформации, цифрового неравенства и утраты культурной идентичности. Эти вызовы требуют комплексного подхода к их преодолению, включая разработку стратегий, направленных на повышение устойчивости медиасистем, сохранение культурного разнообразия и интеграцию инновационных технологий.

Одной из самых серьезных угроз, связанных с использованием медиакоммуникаций в культурной дипломатии, является проблема дезинформации. В условиях информационного перенасыщения и роста доступности цифровых платформ медиа становятся не только инструментом культурного обмена, но и полем для манипуляций. Фейковые новости, намеренно искажающие культурные и исторические факты, способны подрывать доверие к культурным инициативам, формировать ложные представления о стране и создавать напряженность в международных отношениях. Например, исследования Института Reuters по изучению журналистики (2022) показывают, что около 60% пользователей социальных сетей сталкивались с фейковой информацией, касающейся национальных культур или религиозных традиций. Такие данные подчеркивают необходимость усиления механизмов контроля за распространением информации, включая разработку систем проверки фактов и алгоритмов, позволяющих выявлять и блокировать дезинформацию в реальном времени.

Не менее значимым вызовом является проблема цифрового неравенства, которая препятствует равномерному доступу к культурным продуктам и инициативам. По данным Международного союза электросвязи (ITU), в 2023 году около 2,7 миллиарда человек по всему миру оставались без доступа к Интернету, что существенно ограничивало их возможность участвовать в глобальном культурном обмене. Это особенно остро сказывается на странах Африки, Южной Азии и Латинской Америки, где низкий уровень проникновения Интернета создает барьеры для продвижения локальных культур на международной арене. Более того, цифровое неравенство усугубляет разрыв между развитыми и развивающимися странами, укрепляя доминирование глобальных игроков, таких как США, Китай и страны Западной Европы, в культурном пространстве.

Еще одной важной проблемой, связанной с медиакоммуникациями, является угроза утраты культурной идентичности. В условиях глобализации медиaprостранства традиционные формы

культурного самовыражения и локальные особенности зачастую уступают место унифицированному контенту, ориентированному на массового зрителя. Доминирование крупных платформ, таких как YouTube, TikTok и Netflix, приводит к коммерциализации культурного наследия, где уникальные аспекты национальных традиций нивелируются в пользу универсальных нарративов. Например, малые этнические группы, представляющие около 10% мирового населения, согласно данным ЮНЕСКО, рискуют утратить свои языки, обычаи и традиции, которые оказываются недостаточно представленными в цифровой среде. Это подчеркивает необходимость активной государственной поддержки локальных культурных инициатив, направленных на сохранение и популяризацию уникального культурного наследия.

Несмотря на перечисленные вызовы, перспективы использования медиакоммуникаций в культурной дипломатии остаются чрезвычайно широкими. Одним из ключевых направлений является развитие медиаграмотности среди аудитории, что позволит повысить способность пользователей критически воспринимать информацию и противостоять дезинформации. Образовательные программы, направленные на обучение навыкам проверки фактов и анализа источников, уже внедряются в ряде стран. Например, Европейский союз запустил проект Digital Literacy 2025, который включает обучение школьников и взрослых навыкам критической оценки медийного контента, что способствует формированию устойчивости к манипуляциям и улучшению качества культурного обмена.

Для преодоления цифрового неравенства необходимо развитие инфраструктуры и технологий, которые обеспечивают доступ к Интернету в отдаленных и малоразвитых регионах. Спутниковые интернет-системы, такие как Starlink, могут играть важную роль в решении этой проблемы. Они обеспечивают покрытие даже в самых труднодоступных регионах, способствуя включению большего числа людей в глобальный культурный обмен. Международные организации, такие как ЮНЕСКО и ООН, активно продвигают программы цифровой интеграции, направленные на обеспечение равного доступа к информационным технологиям, что укрепляет глобальные культурные связи.

Сохранение культурной идентичности в условиях доминирования глобальных платформ требует активного государственного вмешательства и стимулирования локального контента. Например, в Индии действует программа Digital India, направленная на популяризацию региональных языков, традиций и искусства через цифровые медиа. Эти инициативы помогают укреплять локальные культуры, делая их более доступными и привлекательными для международной аудитории. Аналогичные программы реализуются в странах Латинской Америки, где особое внимание уделяется сохранению культурных традиций коренных народов через социальные сети и платформы для обмена контентом.

## Заключение

Интеграция инновационных технологий, таких как искусственный интеллект и виртуальная реальность, открывает новые перспективы для культурной дипломатии. Искусственный интеллект позволяет создавать персонализированный контент, адаптированный к интересам и особенностям аудитории, что повышает его привлекательность. Виртуальная реальность предоставляет возможность организации интерактивных культурных мероприятий, таких как виртуальные экскурсии и выставки. Например, Франция и Китай активно используют технологии VR для демонстрации своих культурных достопримечательностей, что значительно увеличивает вовлеченность международной аудитории. Согласно отчету McKinsey (2024),

использование VR в культурных инициативах увеличивает количество заинтересованных пользователей на 40%, что свидетельствует о высоком потенциале этой технологии.

### Библиография

1. Бодрунова С.С., Лукьянов Д.А. Медиасреда и медиакommunikации в современной России: вызовы и возможности // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2021. № 6. С. 23-37.
2. Ван К., Равочкин Н.Н. Управление настроением потребителя в цифровой экономике // Дискуссия. 2024. № 1(122). С. 29-34. DOI: 10.46320/2077-7639-2024-1-122-29-34. EDN DMUEJG.
3. Мехдиев С.Т., Сулейманова Ф.Х., Бондаренко А.В. Визуальные коммуникации бренда и их влияние на психологию и экономическое мировоззрение потребителя // Евразийский юридический журнал. 2023. № 3(178). С. 439-441. EDN IZARMI.
4. Рожков И.С. Культурная дипломатия и национальный имидж: роль медиакommunikаций в формировании позитивного восприятия // Политика. 2020. Т. 97. № 4. С. 108-124.
5. Сулейманова Р.Р., Насырова Е.В. Современные цифровые практики и технологии в вузовских гуманитарных науках // Дискуссия. 2024. № 6(127). С. 19-25. DOI: 10.46320/2077-7639-2024-6-127-19-25. EDN IXIOJU.
6. McKinsey & Company. Cultural Diplomacy in the Digital Age: Strategies and Technologies. McKinsey Insights, 2024. Available at: <https://www.mckinsey.com>.
7. Nye J. Soft Power: The Means to Success in World Politics. New York: Public Affairs, 2004. 191 p.
8. Pew Research Center. Social Media Use and Global Cultural Exchange. – Washington, D.C.: Pew Research Center, 2023. Available at: <https://www.pewresearch.org>.
9. UNESCO. Global Report: Reshaping Cultural Policies. Advancing Creativity for Development. Paris: UNESCO Publishing, 2022. 244 p.

### **Media communications as a tool of cultural diplomacy: a strategic analysis of the impact of digital platforms on international cooperation**

**Mariya D. Sorokina**

Student,  
Far Eastern Federal University,  
690922, 10 p. Ayaks, o. Russkii, Vladivostok, Russian Federation;  
e-mail: Sorokina@mail.ru

**Arina S. Michurova**

Student,  
Far Eastern Federal University,  
690922, 10 p. Ayaks, o. Russkii, Vladivostok, Russian Federation;  
e-mail: Sorokina@mail.ru

**Sof'ya A. Dvoryaninova**

Student,  
Far Eastern Federal University,  
690922, 10 p. Ayaks, o. Russkii, Vladivostok, Russian Federation;  
e-mail: Sorokina@mail.ru

**Evgeniya A. Emets**

Student,

Far Eastern Federal University.

690922, 10 p. Ayaks, o. Russkii, Vladivostok, Russian Federation;

e-mail: Sorokina@mail.ru

**Abstract**

The article examines the theoretical and practical aspects of using media communications in cultural diplomacy with an emphasis on the role of digital platforms in strengthening international cooperation. Successful cases of using social networks, video hosting services and virtual reality technologies to popularize national cultures are analyzed. Particular attention is paid to the challenges associated with disinformation, digital inequality and loss of cultural identity, as well as the prospects for using innovative strategies and technologies. The importance of media communications as a key tool of "soft power" is substantiated, allowing to overcome intercultural barriers and form sustainable international relations. The presented conclusions are based on the analysis of international research data, reports and examples of state practice.

**For citation**

Sorokina M.D., Michurova A.S., Dvoryaninova S.A., Emets E.A. (2024) *Mediakommunikatsii kak instrument kulturnoi diplomatii: strategicheskii analiz vozdeistviya tsifrovyykh platform na mezhduнародное sotrudnichestvo* [Media communications as a tool of cultural diplomacy: a strategic analysis of the impact of digital platforms on international cooperation]. *Teorii i problemy politicheskikh issledovaniy* [Theories and Problems of Political Studies], 13 (7A), pp. 64-72.

**Keywords**

Media communications, cultural diplomacy, digital platforms, international cooperation, disinformation, digital inequality, cultural identity, virtual reality, soft power, intercultural dialogue.

**References**

1. Bodrunova S.S., Lukyanov D.A. (2021) *Mediasreda i mediakommunikatsii v sovremennoi Rossii: vyzovy i vozmozhnosti* [Media environment and media communications in modern Russia: challenges and opportunities]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika* [Bulletin of Moscow University. Series 10. Journalism], 6, pp. 23-37.
2. *McKinsey & Company. Cultural Diplomacy in the Digital Age: Strategies and Technologies*. McKinsey Insights, 2024. Available at: <https://www.mckinsey.com>.
3. Mekhdiev S.T., Suleimanova F.Kh., Bondarenko A.V. (2023) *Vizual'nye kommunikatsii brenda i ikh vliyanie na psikhologiyu i ekonomicheskoe mirovozzrenie potrebitelya* [Visual brand communications and their influence on the psychology and economic worldview of the consumer]. *Evrasiiskii yuridicheskii zhurnal* [Eurasian Law Journal], 3(178), pp. 439-441. EDN IZARMI.
4. Nye J. (2004) *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. New York: Public Affairs.
5. Pew Research Center. *Social Media Use and Global Cultural Exchange*. – Washington, D.C.: Pew Research Center, 2023. Available at: <https://www.pewresearch.org>.
6. Rozhkov I.S. (2020) *Kul'turnaya diplomatiya i natsional'nyi imidzh: rol' mediakommunikatsii v formirovanii pozitivnogo vospriyatiya* [Cultural diplomacy and national image: the role of media communications in shaping positive perception]. *Politiya* [Polity], 97 (4), pp. 108-124.
7. Suleimanova R.R., Nasyrova E.V. (2024) *Sovremennye tsifrovye praktiki i tekhnologii v vuzovskikh gumanitarnykh naukakh* [Modern digital practices and technologies in university humanities]. *Diskussiya* [Discussion], 6(127), pp. 19-25. DOI: 10.46320/2077-7639-2024-6-127-19-25. EDN IXIOJU.

8. UNESCO. Global Report: Reshaping Cultural Policies. Advancing Creativity for Development (2022). Paris: UNESCO Publishing.
9. Van K., Ravochkin N.N. (2024) Upravlenie nastroeniam potrebatelya v tsifrovoi ekonomike [Managing consumer sentiment in the digital economy]. *Diskussiya* [Discussion], 1(122), pp. 29-34. DOI: 10.46320/2077-7639-2024-1-122-29-34. EDN DMUEJG.