

УДК 327:342.7

DOI: 10.29039/2413-1695-2025-11-3-148-161

КОММУНИКАТИВНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ НАЦИОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫХ АВТОНОМИЙ РЕСПУБЛИКИ КРЫМ В КОНТЕКСТЕ ПУБЛИЧНОЙ ДИПЛОМАТИИ

Арутюнян А. Г.

Аннотация: В статье подчеркивается значимость национально-культурных автономий как каналов публичной дипломатии, деятельность которых в значительной степени расширяет коммуникативные возможности негосударственных субъектов в контексте формирования положительного имиджа государства за рубежом. Культурные связи становятся одним из самых гуманистических и поэтому наиболее эффективных инструментов в механизме внешнеполитической деятельности. Они способствуют созданию условий для мирного диалога и сотрудничества разнообразных групп, относящихся к различным культурным традициям. Особенно такая практика востребована на современном этапе в контексте формирования привлекательного имиджа России в целом и Крыма в частности, где национально-культурная автономия рассматривается как механизм повышения эффективности международного сотрудничества с целью взаимообогащения и обмена опытом в сфере культуры.

В статье проанализирована коммуникативная активность национально-культурных автономий Республики Крым через действующие коммуникационные площадки (официальные сайты, группы в социальных сетях). В работе применяется метод дескриптивной статистики с использованием коммуникативных метрик. Исследование вносит вклад в дискуссию о роли негосударственных акторов в современную дипломатию и позволяет оценить специфику деятельности крымских национальных автономий в реализации внешнеполитического воздействия.

Ключевые слова: национально-культурная автономия, публичная дипломатия, внешняя политика, коммуникационная активность, информационная представленность.

Одним из инструментов реализации сбалансированной государственной политики, сочетающей принципы единства многонационального российского народа и сохранения этнокультурного разнообразия, является процесс создания и функционирования национально-культурных автономий (НКА). Их основная задача заключается в способности доносить интересы и потребности конкретных этнических групп «снизу», организовывать культурную жизнь, способствовать адаптации и интеграции народов.

Изучению опыта развития национально-культурных автономий в России посвящены работы Т.Я. Хабриевой [1], Ю.И. Ерофеева [2], И.В. Нама [3], К.Н. Калашникова [4] и др.

Успешная деятельность НКА напрямую способствует укреплению межнационального согласия и общественно-политической стабильности, что может рассматриваться в каче-

стве точки опоры для этнических диаспор (соотечественников) за рубежом. Гармонизация отношений внутри страны – это практический пример реализации цивилизационной ценности единства в многообразии, которую можно продвигать на международных площадках как альтернативу конфронтационным моделям. Функционирование национально-культурных автономий в данном контексте может быть рассмотрено как важнейшее средство выявления и удовлетворения этнокультурных запросов граждан, а также как средство ретрансляции позитивного опыта за рубеж с целью формирования узнаваемого образа страны для соотечественников.

В связи с этим практика деятельности объединений наиболее многочисленных этнических групп, представляющих в России этническое меньшинство, становится весьма показательной в очерчивании возможностей проведения национально-культурными автономиями публичной дипломатии, которая рассматривается в качестве одного из приоритетных направлений внешней политики РФ. Так, по мнению заместителя председателя, Совета Министров Республики Крым Г. Мурадова, «...национально-культурные автономии могут играть активную и конструктивную роль в реализации внешней политики и выступать мостом сотрудничества, каналом влияния» [5].

Практика применения публичной дипломатии имеет ключевое значение для оптимизации межкультурной коммуникации, особенно в контексте деятельности национально-культурных автономий, так как именно они устанавливают тесные связи с культурными метрополиями и с государствами, где та или иная культура многочисленно представлена. Эти связи непосредственным образом, влияют на доверие, возникающее внутри этнических сообществ, и, как следствие, формируют позитивное представление о процессах, происходящих по линии национальное меньшинство – государство.

Решение внешнеполитических задач с привлечением ресурсов гражданского общества становится неотъемлемой составляющей современной международной политики. Г. Мурадов очерчивает сферу реализации публичной дипломатии достаточно широко, включая сюда «...деятельность общественных организаций и ассоциаций, общественно-политических движений, их отношения с международными неправительственными организациями и сотрудничество в реализации деловых, культурных, гуманитарных, научных и образовательных программ» [6, с. 7].

В этом контексте работа над формированием привлекательного имиджа России в целом и Крыма в частности важна не только в контексте реализации внешней политики, но и востребована в процессе консолидации регионального сообщества. В этой связи национально-культурные автономии, содержащие в себе культурный потенциал народов, проживающих в России, могут быть рассмотрены как одна из форм реализации публичной дипломатии

Рассмотрение национально-культурной автономии сквозь призму реализации внешней политики приобретает сегодня все большую значимость еще и в силу необходимости формирования позитивного образа России во взаимодействии с соотечественниками, живущими за рубежом. Об этом еще в 2015 г. на Всемирном конгрессе соотечественников заявил президент России В.В. Путин подчеркнув, что «наша принципиальная задача –

надежная защита соотечественников от любых форм дискриминации, обеспечение их законных прав и свобод» [7]. Согласно поправкам к Конституции РФ, принятым в 2020 г., «Российская Федерация оказывает поддержку соотечественникам, проживающим за рубежом, в осуществлении их прав, обеспечении защиты их интересов и сохранения общероссийской культурной идентичности» [8, ч.3, ст. 69].

В отличие от традиционной дипломатии, ориентированной на межправительственные взаимодействия, публичная дипломатия фокусируется на прямом диалоге с иностранной аудиторией через культурные, образовательные и медийные каналы. В этой связи коммуникативная активность национально-культурных автономий становится одним из способов формирования у зарубежной аудитории положительного мнения о деятельности не только самой национально-культурной автономии, но и государства, в рамках которого она осуществляет свою деятельность. Также коммуникационная активность национально-культурных автономий способствует расширению диалога между гражданами своей страны и зарубежной аудиторией, что в значительной степени воздействует на формирование положительного имиджа государства за рубежом.

Следует сказать, что в ряде случаев, медиа являются единственным источником информации для жителей других государств [9, с. 310]. Поэтому, как пишет Н.А. Марецкая, «для простого обывателя, чтобы разобраться в происходящих событиях, необходима достоверная информация, проанализировав которую, он смог бы сделать правильные умозаключения» [10, с. 24]. Наличие такой информации мы можем проанализировать через действующие коммуникационные площадки национально-культурных автономий Республики Крым (официальные сайты, группы в социальных сетях). Оценка эффективности их деятельности может быть осуществлена через информационную представленность национально-культурных автономий в медиа. Для этого в работе применяется метод дескриптивной статистики с использованием коммуникативных метрик.

Цель исследования – определить эффективность деятельности национально-культурных автономий Республики Крым в контексте публичной дипломатии с точки зрения их информационной представленности.

В качестве задач исследования были определены:

- изучение количественной представленности региональных национально-культурных автономий, зарегистрированных в Республике Крым;
- выявление официальных площадок коммуникационной активности национально-культурных автономий, зарегистрированных в Республике Крым;
- оценка трафика и вовлеченности посетителей веб-сайта ФНКА, представленных в Крыму;
- оценка представленности региональных НКА в соцсетях.

Одним из первых этапов осуществления данного исследования было определение количества региональных национально-культурных автономий, зарегистрированных в Республике Крым. Так, согласно данным, представленным на сайте Федерального агентства по делам национальностей, на момент 01.05.2024 г. в Крыму было зарегистрировано 11 региональных национально-культурных автономий (НКА).

В ходе исследования было выявлено, что значительная часть региональных НКА в качестве коммуникативной площадки используют веб-сайты федеральных автономий: Федеральная национально-культурная автономия российских немцев (<https://xn--elagaodinja0c1c.xn--p1ai/>), Федеральная национально-культурная автономия Белорусов России (<https://belros.org/>), Федеральная национально-культурная автономия азербайджанцев России (<https://fnkaa.ru/>), Федеральная национально-культурная автономия татар (<https://fnkat.tatarstan.ru/>), Федеральная еврейская национально-культурная автономия (<https://fenka.online/>), Федеральная национально-культурная автономия греков России (<http://www.hecucenter.ru/ru/>), Федеральная национально-культурная автономия «Украинцы России» (<https://fnkaur.ru/>), Федеральная национально-культурная автономия армян России (<https://www.sarinfo.org/>).

Следует отметить, что не все региональные НКА представлены на федеральном уровне. Так, не имеют институциональной представленности на федеральном уровне болгары, молдаване и караимы.

Сайты федеральных автономий были проанализированы по следующим параметрам:

1. Среднее количество посещений за месяц;
2. Среднее количество просмотренных страниц за одно посещение;
3. Веб-трафик по странам;
4. Основные источники трафика (органический – переход со страниц поисковых сервисов на бесплатной основе; прямой – переход непосредственно по адресу сайта; реферальный – переход по ссылкам с других сайтов; медиа – переход через другие медиа; социальные сети – переход через социальные сети);
5. Основные ключевые слова, обеспечивающие трафик на сайт посредством органического поиска.

(Результаты анализа представлены в табл. 1. Данные, представленные в таблице, получены с помощью веб-сервиса similarweb).

Таблица 1

**Оценка трафика и вовлеченности посетителей веб-сайта ФНКА,
представленных в Крыму¹**

Наименование организации	Среднее кол-во:		Веб-трафик по странам (в %)	Основные источники трафика* (в %)	Основные ключевые слова
	посещений за месяц	просмотренных стр. за 1 посещение			

¹ Оценка проводилась по соответствующим сайтам [11–18].

ФНКА российских немцев	1900	-	Россия 40,31 Казахстан 34,02 Германия 25,66	-	-
ФНКА белорусов России	12733	2,7	Россия 82,5 Беларусь 13,4 Казахстан 2,3 Великобритания 1,8	ОП 90,5 П 9,5	традиции белорусов; белорусы Челябинска; белорусы в России
ФНКА азербайджанцев России	13566	1,2	Азербайджан 56,7 Россия 40,6 США 2,7	ОП 70,1 П 17,5 М 6,9 Р 4,5 СС 1,0	Ася Бахиш-кызы Султанова; Курбанов Фазиль; Калининград аллея героев азербайджанская диаспора; Известные Азербайджанцы
ФНКА тагар	4100	-	Турция 37,73 США 25,99 Украина 14,68 Великобритания 11,21 Израиль 10,39	ОО 100	Миниханов; куян; автономия; сколько автономных респу- блик в России; виды автономий в РФ

Ф. еврейская НКА	5400	8,7	Россия 96,6 Бразилия 3,4	ОП 90,6 П 9,4	руководитель автономии; Семен Вайс; Лифшиц г. Орел; еврейская
ФНКА греков России	1100	1,5	Россия 100	ОП 49,4 П 46,5 СС 2,2 Р 1,9	-
ФНКА армян России	14014	1,9	Россия 99,5 Армения 0,5	П 54,5 ОП 37,8 СС 3,7 Р 4,0	Дереник Коштоян; Мелькум Сергеевич Саркисов в Астрахани; САР; российский армянский конгресс; крещение Руси царица Анна

* ФНКА – федеральная национально-культурная автономия, Ф – федеральная, ОП – органический поиск, П – прямой, Р – реферальный, СС – социальные сети, М – медиа.

Для представления полученных данных возьмем для примера сайт Общественной организации «Федеральная национально-культурная автономия Белорусов России». Мы видим, что среднемесячная посещаемость за 1-й квартал 2024 года – 12733 человека. Среднее количество просмотренных страниц – 2,7, что фиксирует незначительную вовлеченность в контент сайта (чем выше показатель, тем больше переходов осуществляется внутри сайта, а, следовательно, увеличивается продолжительность пребывания на сайте). Интерес представляет третий показатель, который и позволяет нам оценить географию посетителей ресурса, то есть, откуда осуществляется трафик. Мы можем наблюдать, что подавляющее большинство трафика осуществляется с территории РФ. Второй по доле трафика является Республика Беларусь (13,4%), что вполне закономерно для данной автономии. Также в тройку трафика попадает Республика Казахстан (2,3%). Следует отметить, что исказить данный показатель может факт использования VPN. Однако в случае с конкретными веб сайтами НКА мы можем этот показатель верифицировать. Таким образом, используя данный подход, с высокой степенью достоверности можно оценить потенциал воздействия со стороны НКА на внутреннем и внешнем контуре. Четвертый показатель

фиксирует, что подавляющее большинство трафика (90,5%) осуществляется за счет органического поиска, который включает в себя запросы, связанные с этнокультурной составляющей (традиции белорусов), а также региональной повесткой (белорусы Челябинска; белорусы в России).

Ввиду отсутствия официальных интернет-ресурсов у региональных НКА, следующим этапом данного анализа является оценка представленности региональных НКА в соцсетях. Преимущество данного ресурса заключается в том, что социальные сети позволяют не только транслировать, но и получать обратную связь, изменять коммуникативные потоки путем комментариев. Возможности социальных сетей позволяют участникам обмениваться не только текстовой информацией, но и размещать фото, аудио- и видеозаписи, что увеличивает интерес к блогам и аккаунтам и направлено на увеличение количества людей, которые с разных точек земли все больше и больше свободного и несвободного времени проводят в социальных сетях.

Так, по данным последнего опроса Digital, на начало 2023 г. социальные сети насчитывают 4,76 млрд пользователей, что составляет чуть менее 60% от общей численности населения мира. В этой связи мы можем говорить, что данный ресурс становится мощным инструментом мирового воздействия.

В качестве соцсетей были выбраны наиболее популярные и легальные социальные сети РК: VK и Telegram (табл. 2).

Таблица 2

Социальные сети региональных НКА

Наименование РНКА (кол-во подписчиков) *	Сайт	ВК	телеграм
РНКА греков РК «Таврида» (1140) <i>Доступа к сайту нет (домен продаётся)</i>	–	+	–
Региональная немецкая НКА РК (145) <i>Доступа к сайту нет</i>	–	+	–
Региональная армянская НКА РК «Крымское армянское общество»	+	+	–
РНКА евреев РК	+	+	–
Региональная болгарская НКА РК «Паисия Хилендарского»	–	–	–
Региональная азербайджанская НКА РК (169)	–	–	–
РНКА крымских караимов РК	+	+	–
РНКА татар РК	–	–	–
РНКА осетин РК «Алания»	–	–	–
РНКА белорусов РК «Белорусы Крыма»	–	+	–
РНКА молдаван «Плай» есть только FB.	–	–	–

РНКА украинцев РК «Украинская община Крыма»	–	–	+
---	---	---	---

* РНКА – Региональная национально-культурная автономия, НКА – национально-культурная автономия, РК – Республики Крым.

Анализ социальных сетей проводился с онлайн сервиса Popsters (статистика и аналитика контента в сообществах социальных сетей).

Следует сказать, что из анализируемых 11 НКА социальные сети имеют 6 автономий, 2 из которых за последний год вообще не были представлены. Выбор групп в социальных сетях осуществлялся на основании результатов поиска по запросу с использованием ключевых слов, содержащихся в названии национально-культурной автономии. (Эти данные необходимо соотнести с информацией, представленной руководителем или активом НКА о действующем информационном ресурсе (данную информацию планируется получить в ходе проведения экспертного опроса руководителей региональных национально-культурных автономий).

Таблица 3

Результаты анализа социальных сетей крымских НКА²

Наименование*	ER	VR	LR	TR	Reposts
РНКА греков РК «Таврида»	1,5%	29,1%	1,3%	0,1%	2
Региональная немецкая НКА Республики Крым ³	0,9%	0%	0,7%	0,04%	0
Региональная армянская НКА РК «Крымское армянское общество»	4,7%	88,8%	4,4%	0,06%	0
РНКА евреев РК	0,4%	8,1%	0,4%	0,03%	0
РНКА крымских караимов РК ⁴	3,6%	215,4%	2,8%	0,1%	1
РНКА белорусов РК «Белорусы Крыма»	5,2%	64,9%	5,0%	0,02%	0

* РНКА – Региональная национально-культурная автономия, НКА – национально-культурная автономия, РК – Республики Крым.

2 Анализ проводился по соответствующим источникам [19–28].

3 01.04.2015-30.04.2016

4 01.04.2021-30.04.2022

В таблице 3 представлены средние значения показателей за год (с 01 апреля 2023 по 30 апреля 2024). Исключение составили Региональная немецкая национально-культурная автономия Республики Крым и Региональная национально-культурная автономия крымских караимов Республики Крым, что было обусловлено датой последней публикации – 2016 и 2022 гг. соответственно. От последней публикации в рамках деятельности данных автономий также был проанализирован годовой отрезок).

Полученные данные свидетельствуют о низкой вовлеченности аудитории из числа представителей этнических сообществ в действующих группах социальных сетей. $ER_{post} = (\text{лайки} + \text{репосты} + \text{комментарии}) / \text{кол-во подписчиков}$ фиксирует крайне низкий показатель вовлеченности в информационную повестку сообществ. Для проанализированных групп уровень вовлеченности находится в диапазоне от 0,4% до 5,2%.

VR (Visibility Rate) – коэффициент видимости, который демонстрирует, какое число людей по отношению к общему числу подписчиков видело публикацию(-и). Самый высокий показатель мы наблюдаем у региональной национально-культурной автономии крымских караимов Республики Крым – 215,4%, то есть количество людей, читавших данное сообщение, в 2 раза превысило количество подписчиков.

LR – $(\text{Сумма лайков}) / \text{кол-во подписчиков} / \text{кол-во публикаций}$ за анализируемый период, то есть это индекс комплементарности, показывающий положительное отношение к представленной информации.

TR – $(\text{Сумма комментариев}) / \text{кол-во подписчиков} / \text{кол-во публикаций}$ за анализируемый период, то есть свидетельствует о качественной вовлеченности в информационное сообщение.

Reposts – количество сделанных репостов данного сообщения.

Выводы. В результате оценки деятельности национально-культурных автономий Республики Крым по такому параметру, как «информационная представленность», были зафиксированы низкие показатели осуществления коммуникационной активности региональными национально-культурными автономиями Республики Крым, что существенно ограничивает их эффективность в реализации публичной дипломатии. Следует отметить, что многие НКА либо не имеют собственных сайтов, либо их сайты носят формальный характер, не обновляются и содержат устаревшую информацию. К тому же основная информационная деятельность НКА направлена на информирование своих членов и местное сообщество, контент редко адаптируется для зарубежной аудитории, а информационная работа НКА часто ведется разрозненно, без координации усилий между разными автономиями. Тем не менее, именно в этом направлении имеется значительный нереализованный потенциал национально-культурных автономий. Он заключается в способности выстраивать доверительные гуманитарные и культурные мосты с зарубежными странами, укреплять связи с соотечественниками и продвигать позитивный многогранный образ России. Активизация и системная поддержка информационной работы крымских НКА – это стратегическая задача в укреплении позиций России на международной арене, в формировании объективного образа Крыма и в защите национальных интересов в контексте публичной дипломатии. Реализация этого потенциала требует консолидированных усилий со стороны самих автономий.

Список литературы

1. Хабриева Т.Я. Избранные труды: в 10 т. Т. 3: монографии. Содерж.: Национально-культурная автономия в Российской Федерации. Современные проблемы самоопределения этносов: сравнительно-правовое исследование. – М., 2018. – 496 с.
2. Национально-культурные автономии Российской Федерации: научный сборник [на основе статей и интервью Ю.И. Ерофеева / ответственный редактор О.В. Солопова]. – Санкт-Петербург : Алетей, 2019. – 370 с.
3. Нам И.В. Роль национально-культурных автономий в адаптации/интеграции мигрантов: право и реалии (на примере Томска). Государство, Общество и Церковь: миграция и межкультурное многообразие : материалы науч.-практ. конф. с международным участием, г. Новосибирск, 29-30 мая 2018 г. : в 2 ч. Ч. 2 / Рос. акад. нар. хоз-ва и гос. службы, Сиб. ин-т упр. ; под науч. ред. Л. В. Савинова. – Новосибирск : Изд-во СибАГС, 2018. С. 104-108.
4. Калашников К.Н. Национально-культурные автономии в современной России: проблемы представительства и эффективности // Вопросы территориального развития. 2020. Т. 8. № 3. DOI: 10.15838/tdi.2020.3.53.4 URL: <http://vtr.isert-ran.ru/article/28590> (дата обращения 28.04.2024).
5. Черноморская ассоциация международного сотрудничества отчиталась об итогах работы и поделилась планами // Сайт межнационального информационного ресурса – 14.02.2025. URL: <https://mir-info.com/careers/public-diplomacy1> (дата обращения: 15.02.2025).
6. Летопись народной дипломатии Крыма/ сост. С. Балаян, Г. Мурадов, А. Трофимов/ – Симферополь: ИТ «Ариал», 2022. – 272 с.
7. Владимир Путин: Принципиальная задача – защита соотечественников от любых форм дискриминации // Сайт фонда поддержки и защиты прав соотечественников, проживающих за рубежом. – 05.11.2015. URL: https://www.pravfond.ru/press-tsentr/vladimir_putin_printsiipialnaya_zadacha_zashchita_sootechestvennikov_ot_lyubykh_form_diskriminatsii_4503/ (дата обращения: 04.03.2024).
8. Конституция Российской Федерации: [принята всенародным голосованием 12 декабря 1993 г. с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01 июля 2020 г.] // Официальный интернет-портал правовой информации. – URL: <http://www.pravo.gov.ru> (дата обращения: 12.02.2025).
9. Таранова Ю.В. Традиционные и новые медиа в региональном имиджмейкинге в информационном сетевом обществе / Ю.В. Таранова // Известия Алтайского государственного университета, выпуск №4/1 Политология. – 2010. – С. 309-312.
10. Марецкая Н.А. Роль новых медиа в процессе конструирования внешнеполитического имиджа Украины: дис. канд. полит. наук. – Симферополь, 2019. – 207 с.
11. О нас // Общественная организация – Федеральная национально-культурная автономия российских немцев (ОО ФНКА РН) URL: <https://xn--elagaodinja0c1c.xn--p1ai/> (дата обращения: 03.01.2024).
12. Новости дня // ФНКА Белорусов России URL: <https://belros.org/> (дата обращения: 03.01.2024).

13. Новости // ФНКА АзерРос URL: <https://fnkaa.ru/> (дата обращения: 03.04.2024).
14. Общественная организация «Федеральная национально-культурная автономия татар» // Федеральная национально-культурная автономия татар URL: <https://finkat.tatarstan.ru/> (дата обращения: 03.04.2024).
15. Общественная организация «Федеральная Еврейская национально-культурная автономия» (ОО «ФЕНКА») // ФЕНКА URL: <https://fenka.online/> (дата обращения: 03.01.2024).
16. Главная страница // Греческий культурный центр URL: <http://www.hecucenter.ru/> (дата обращения: 04.01.2024).
17. Главная страница // Федеральная национально-культурная автономия «Украинцы России» URL: <https://fnkaur.ru/> (дата обращения: 04.01.2024).
18. О союзе // Союз армян России (САР) URL: <https://www.sarinfo.org/> (дата обращения: 04.01.2024).
19. Греки Крыма // Вконтакте URL: <https://vk.com/club71959533> (дата обращения: 04.01.2024).
20. Автономия немцев Крыма // Вконтакте URL: <https://vk.com/krimdeutsche> (дата обращения: 04.01.2024).
21. Крымское Армянское Общество // Вконтакте URL: https://vk.com/kao_luys (дата обращения: 04.01.2024).
22. Общины // КрымскиеАрмяне.РФ URL: <https://xn--80ajbjjanejxfh2ksc.xn--p1ai/> (дата обращения: 04.01.2024).
23. О нас // Еврейская община Симферополя URL: <https://simjew.ru/about> (дата обращения: 04.01.2024).
24. Крымские караимы-тюрки «Крымкарайлар» // Вконтакте URL: <https://vk.com/karaikale> (дата обращения: 04.01.2024).
25. Самоидентификация // Крымские Караимы URL: <https://karai.crimea.ru/> (дата обращения: 05.01.2024).
26. Общественная организация «Федеральная национально-культурная автономия татар» // Федеральная национально-культурная автономия татар URL: <https://finkat.tatarstan.ru/> (дата обращения: 03.04.2024).
27. РНКА «Белорусы Крыма» // Вконтакте URL: <https://vk.com/club211945235> (дата обращения: 04.01.2024).
28. Гридчина Z |Украинская община Крыма // Telegram URL: https://t.me/gridchina_a_a (дата обращения: 05.01.2024).

Сведения об авторе

Арутюнян Айкуи Генриковна – соискатель кафедры политических наук и международных отношений Института «Таврическая Академия» ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского».

E-mail: aikui_arut@mail.ru