

СОВРЕМЕННЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ МУЛЬТИПЛИКАЦИИ КАК СРЕДСТВА МЕДИАКОММУНИКАЦИИ В РОССИЙСКОМ ИЗБИРАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ И МЕХАНИЗМА ФОРМИРОВАНИЯ ПОЗИТИВНОЙ КОММУНИКАТИВНОЙ И ПРАВОВОЙ КУЛЬТУРЫ ОБЩЕСТВА (НА ПРИМЕРЕ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ)

MODERN POSSIBILITIES OF ANIMATION
AS A MEANS OF MEDIA COMMUNICATION
IN THE RUSSIAN ELECTORAL PROCESS
AND THE MECHANISM OF FORMATION OF
A POSITIVE COMMUNICATIVE AND LEGAL
CULTURE OF SOCIETY (ON THE EXAMPLE
OF THE KRASNODAR TERRITORY)

I. Shakalov
O. Ayvazyan

Summary: The article examines the role of animation as a means of media communication and a tool of political communication in the Russian electoral process. Using the example of Ilya Shakalov, deputy of the Krasnoarmeysky district of the Krasnodar Territory, Kubanmultfilm Animation Studio and the United Russia Party, the cases of using animation to increase electoral engagement, popularize political initiatives and create a positive image of candidates are analyzed. The study is based on a series of exclusive animated videos created specifically as part of the election campaign in the Krasnodar Territory in 2025, based on comments from political experts, media materials, social networks, and official publications.

The paper also presents the results of an analysis aimed at determining the significance of animation as a means of media communication, a tool of political communication in the Russian electoral process, and a mechanism for shaping a positive communicative and legal culture in modern society. In conclusion of the study is made.

Keywords: political animation, electoral technologies, media communications, youth policy, Ilya Shakalov, Kubanmultfilm, United Russia, communicative and legal culture.

Введение

Современные избирательные кампании активно используют мультипликацию как эффективный способ коммуникации с избирателями и механизм формирования позитивной коммуникативной и правовой культуры современного общества. Анимационные ролики позволяют упрощать сложные политические тезисы, эмоционально вовлекать аудиторию и адаптировать

Шакалов Илья Игоревич
кандидат социологических наук, доцент, Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма, (г. Краснодар)
Депутат, Красноармейский район Краснодарского края;
Генеральный директор, Фонд развития Краснодарского края, (г. Краснодар)
shakalov_ilya1@mail.ru

Айвазян Оксана Оганесовна
кандидат педагогических наук, доцент, Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма, (г. Краснодар)
O.O.Ayvazyan@mail.ru

Аннотация: В статье рассматривается роль мультипликации как средства медиакоммуникации и инструмента политической коммуникации в российском избирательном процессе. На примере, деятельности депутата Красноармейского района Краснодарского края Ильи Шакалова, Анимационной студии «КубаньМультифильм» и партии «Единая Россия» анализируются кейсы применения анимации для повышения избирательной вовлеченности, популяризации политических инициатив и формирования положительного имиджа кандидатов. Исследование основано на серии эксклюзивных анимационных роликов, созданных специально в рамках избирательной кампании в Краснодарском крае в 2025 году, на комментариях политических экспертов, материалах СМИ, социальных сетей и официальных публикаций. Также в работе представляются результаты анализа, направленного на определение значимости мультипликации как средства медиакоммуникации, инструмента политической коммуникации в российском избирательном процессе и механизма формирования позитивной коммуникативной и правовой культуры современного общества. В заключении делается вывод исследования.

Ключевые слова: политическая анимация, избирательные технологии, медиакоммуникации, молодежная политика, Илья Шакалов, «КубаньМультифильм», «Единая Россия», коммуникативная и правовая культура.

контент под разные возрастные и гендерные группы, осуществляя коммуникативный диалог с аудиторией на «одном» языке. Особый упор делается на внимание молодых людей, активно использующих социальные сети, мессенджеры и интернет видеоплатформы.

Депутат Красноармейского района Краснодарского края Илья Шакалов и Анимационная студия «КубаньМультифильм» Фонда развития Краснодарского края ста-

ли яркими примерами интеграции мультипликации в политическую агитацию в выборочном сезоне 2025 года на Кубани. Их сотрудничество с партией «Единая Россия» демонстрирует, как современная анимация может использоваться для продвижения партийных инициатив, формирования доверия избирателей и функционирования позитивной коммуникативной и правовой культуры современного общества.

Цель исследования – проанализировать влияние мультипликационных технологий на эффективность политической коммуникации в российском избирательном процессе и формирование позитивной коммуникативной и правовой культуры современного общества.

Задачи:

- изучить кейсы применения анимации в избирательных кампаниях;
- проанализировать ролики, созданные при участии Ильи Шакалова и Анимационной студии «КубаньМультфильм»;
- оценить реакцию аудитории на анимационные видеоролики студии «КубаньМультфильм» в СМИ.

Мультипликация как инструмент политической коммуникации и механизм формирования позитивной коммуникативной и правовой культуры современного общества. В условиях глобализации и цифровизации анимация трансформировалась из традиционного средства визуализации информации в мультифункциональный инструмент, обладающий значительным потенциалом воздействия на общественное сознание. «Приход в коммуникационный процесс совершенно новых средств накопления и передачи информации, таких как мультипликация, создает качественно иную информационную среду» [13, с. 140]. «В результате формируется единое глобальное коммуникативное пространство» [11, с. 52]. Современные анимационные произведения, подобно кинематографическим, способны индуцировать у аудитории сложные эмоциональные реакции, включая чувства справедливости, героизма и моральной правоты. Это делает анимацию эффективным средством для формирования ценностных ориентиров и идеологических установок.

Анимационные медиа предоставляют уникальную возможность для анализа динамики социальных процессов и выявления ключевых проблем, актуальных для современного общества. С их помощью можно не только визуализировать сложные концепции, но и транслировать скрытые или табуированные темы, способствуя более глубокому осмыслению социальных реалий. Кроме того, анимация может служить мощным инструментом коммуникативной, правовой и политической пропаганды, позволяя конструировать образы оппонентов и формировать позитивное и (или) негативное восприятие

определенных групп или идей.

Итак, мультипликация, обладая высокой степенью манипулятивного потенциала, становится важным элементом в системе современных медиакоммуникаций, способствуя формированию общественного мнения, политических стратегий, а также позитивной коммуникативной и правовой культуры «посредством правомерной трансляции достоверной информации, отвечающей основополагающим коммуникативным требованиям и нормам» [1, с. 96].

Мультипликация как форма визуальной коммуникации представляет собой уникальный инструмент в арсенале политических акторов, позволяющий эффективно транслировать идеологические послания и формировать общественное мнение.

Мультипликация, как синтетическое искусство, объединяет элементы анимации, графики и визуального нарратива, что придаёт ей высокую степень манипулятивности и гибкости. В политическом контексте анимация используется для создания эмоционально насыщенных образов, способных вызывать у зрителей определённые реакции и установки. Политическая анимация может служить инструментом для легитимизации власти, формирования национальной идентичности и мобилизации избирателей.

Мультипликация в политике выполняет несколько основополагающих функций:

1. Упрощение информации – сложные законы и федеральные, региональные и муниципальные программы подаются в доступной и понятной визуальной форме.
2. Эмоциональное воздействие – анимация вызывает доверие и симпатию, побуждая зрителей выражать реакцию, тем самым вовлекаясь в контент.
3. Вирусный потенциал – яркие ролики распространяются в соцсетях, пересыпаются в мессенджерах и на интернет видео площадках.

Исследователи отмечают, что анимация особенно эффективна для молодежной аудитории, которая традиционно менее вовлечена в политику [2].

Однако следует отметить, что использование мультипликации в политике не всегда носит позитивный характер. В некоторых случаях анимация может служить инструментом пропаганды и манипуляции, искажая факты и создавая ложные представления о политической реальности. Так, «в процессе передачи информации через различные медиийные форматы (тексты, видео, аудио) возможно неадекватное использование языка, что может привести к недопониманию и недостоверной передаче информации» [12]. Поэтому важно критически оценивать использование анимационных технологий в

политическом дискурсе и осознавать их потенциал для формирования общественного мнения.

Опыт применения политической анимации зарубежных стран

В рамках анализа использования анимационных методов в политической коммуникации, следует рассмотреть несколько кейсов, в которых зарубежные политические лидеры и их избирательные кампании прибегали к анимации для достижения стратегических целей. В частности, можно выделить следующие примеры:

1. Барак Обама (США, 2008 и 2012):
 - «Will.i.am – Yes We Can» (2008) – Музыкальный клип с анимационными элементами, созданный в поддержку Обамы.
 - «The Road We've Traveled» (2012) – Документальный анимационный ролик о достижениях Обамы.
2. Джастин Трюдо (Канада, 2015):
 - «Real Change» (2015) – Короткий анимационный ролик, объясняющий программу Либеральной партии.
3. Эммануэль Макрон (Франция, 2017):
 - «La Révolution Macron» (2017) – Стилизованный анимационный ролик, представляющий его программу.
4. Джереми Корбин (Великобритания, 2017):
 - «Daddy, why do you hate billionaires?» (2017) – Сатирический мультфильм от левых активистов в поддержку Корбина.
5. Берни Сандерс (США, 2016 и 2020):
 - «Bernie Sanders vs. The Machine» (2016) – Фан-анимация, высмеивающая истеблишмент.
 - «Not Me. Us.» (2020) – Короткий анимационный ролик о коллективной борьбе.
6. Александрия Окасио-Кортес (АОС) (США, 2018):
 - «The Courage to Change» (2018) – Анимационный ролик о её политической борьбе.

Представленные примеры иллюстрируют многосторонность анимации как инструмента в коммуникативных стратегиях, демонстрируя её способность не только визуализировать абстрактные концепции, но и формировать эмоциональный отклик у целевой аудитории. Анимация также выступает в качестве эффективного механизма привлечения внимания молодежной аудитории, независимо от её этнической принадлежности, расовых характеристик или религиозных убеждений.

Следует отметить, что анимация, как форма мультимедийного контента, обладает уникальной способностью интегрировать когнитивные и эмоциональные аспекты восприятия информации. Она позволяет создавать сложные нарративы, которые могут быть легко усвоены и интерпретированы различными демографи-

ческими группами. Это делает её мощным инструментом в контексте межкультурной коммуникации и формирования общественного мнения.

Кроме того, анимация обладает высоким уровнем адаптивности, что позволяет ей эффективно функционировать в различных медиаформатах и платформах, включая цифровые и традиционные каналы. Её интерактивные возможности открывают новые горизонты для интерактивного взаимодействия с аудиторией, способствуя созданию более глубоких и устойчивых связей между коммуникатором и реципиентом.

Таким образом, анимация представляет собой не просто визуальный элемент, а сложный коммуникативный инструмент, обладающий широким спектром функциональных возможностей и потенциалом для применения в различных областях. Её многофункциональность и способность вызывать эмоциональный отклик делают её незаменимым элементом современных коммуникативных стратегий.

Анализ применения политической анимации в Российской Федерации

В России анимационные ролики и политические мультфильмы используются в избирательных кампаниях как инструмент упрощения сложных политических сообщений, эмоционального воздействия и вовлечения молодежи в политico-правовую сферу. Политическая анимация, как инновационный инструмент политического дискурса, представляет собой динамичное и многослойное явление, которое в последние десятилетия активно внедряется в российскую политическую практику. Ниже приведены конкретные примеры и анализ их эффективности.

Примеры анимационных роликов в российских избирательных кампаниях:

1. «Единая Россия» – «Выбирай сердцем» (2021, выборы в Госдуму)

Ролик: «Как работает Госдума» (стилизованная анимация, объясняющая работу парламента).

Формат: Упрощенная инфографика с мультипликационными персонажами, напоминающая образовательные ролики.

Цель: Донести до избирателей, что Госдума принимает «важные законы» в их интересах.

2. КПРФ – сатирические мультфильмы против власти.

Ролик: «Сказка о потерянном времени» (анимационная критика пенсионной реформы).

Формат: Гротескная анимация в стиле советских мультфильмов.

Цель: Эмоционально заряженная критика правительства, апелляция к ностальгии старшего поколения.

3. ЛДПР – провокационные мультфильмы Жириновского.

Ролик: «Жириновский vs коррупция» (мультипликационная история о борьбе с чиновниками).

Формат: Яркая, гиперболизированная анимация с элементами абсурда.

Цель: Подчеркнуть эпатажный имидж лидера партии.

4. «Справедливая Россия» – социальные мультфильмы.

Ролик: «Честные выборы» (анимация о важности голосования).

Формат: Доброжелательная 2D-анимация с акцентом на моральные ценности.

Цель: Создать образ «партии справедливости».

5. Президентские кампании (2018, 2024) – анимационные объясняющие ролики.

Ролик: «Почему важны выборы» (официальный мультфильм для молодежи).

Формат: Политпросвет в стиле инфографики.

Цель: Повышение явки через упрощение информации.

Анализ феномена политической анимации в контексте российской политической коммуникации выявляет несколько ключевых аспектов, требующих детального анализа

Во-первых, анимационные материалы играют важную роль в упрощении сложных политических идей. Визуализация информации позволяет сделать её доступной для широкой аудитории, не обладающей специальными знаниями. Примером может служить инфографика, созданная партией «Единая Россия» для объяснения законодательных инициатив.

Во-вторых, анимация обладает значительным потенциалом эмоционального воздействия на зрителей. Мультфильмы и анимационные ролики способны вызывать у аудитории определённые эмоциональные реакции, такие как ностальгия, смех или даже гнев. Это, в свою очередь, способствует более глубокому запоминанию информации. Сатирические и гротескные элементы в анимации часто оказываются более эффективными в политическом дискурсе, чем традиционные лозунги и призывы.

В-третьих, политическая анимация может служить инструментом обхода цензуры и санкций, особенно в условиях авторитарных режимов. Оппозиционные силы активно используют анимационные форматы для критики власти, избегая прямого запрета на распространение информации. Это позволяет им донести свои идеи до широкой аудитории, несмотря на существующие ограничения.

Кроме того, анимация является эффективным средством работы с молодёжной аудиторией. Яркие и дина-

мичные анимационные материалы привлекают внимание молодых избирателей, которые могут быть менее восприимчивы к традиционным формам политической пропаганды. Это особенно актуально в условиях растущей политизации молодёжи и их активного участия в общественной жизни.

Однако применение анимационных технологий в политическом контексте сопряжено с определёнными рисками. Чрезмерное упрощение анимационных материалов может привести к редуцированию сложных концептуальных структур до уровня поверхностных и легкомысленных образов. В результате существует риск их восприятия аудиторией как объекта насмешек и критики, что может подорвать доверие к политическим сообщениям.

Таким образом, политическая анимация в России используется как инструмент пропаганды, агитации и критики. Правящая партия делает ставку на инфографику и упрощение, оппозиция – на сатирику и провокацию. Наиболее эффективны те ролики, которые сочетают простоту, эмоции и четкий месседж.

Анализ кейсов использования мультипликации в деятельности Ильи Шакалова и анимационной студии «КубаньМультфильм»

Проект «МультПолит». В 2025 году, при активной поддержке депутата Ильи Шакалова, а также при финансовой и организационной помощи Фонда развития Краснодарского края, была учреждена Анимационная студия «КубаньМультфильм». Основная миссия данного проекта заключалась в разработке и реализации серии анимационных видеороликов, направленных на популяризацию и разъяснение новейших социально-политических инициатив и проектов, реализуемых на территории Краснодарского края.

Создание студии «КубаньМультфильм» стало важным этапом в развитии коммуникационных стратегий региона, направленных на повышение уровня информированности и вовлеченности населения в общественно-политическую жизнь. Анимационные ролики, созданные в рамках данного проекта, представляют собой инновационный инструмент визуальной коммуникации, позволяющий эффективно доносить сложные и многогранные идеи до широкой аудитории.

Особое внимание в деятельности студии уделяется использованию современных технологий анимации и графического дизайна, что позволяет создавать высокоэстетичные и запоминающиеся визуальные материалы. Эти ролики не только информируют, но и формируют позитивное общественное мнение о реализуемых проектах, способствуя их успешной реализации и поддержке со стороны населения.

Таким образом, Анимационная студия «КубаньМультифильм» играет ключевую роль в формировании информационного пространства региона, способствуя повышению уровня коммуникативной, правовой и политической культуры, а также гражданской активности населения Краснодарского края [10].

Примеры роликов:

1. «О работе депутата Краснодарского района Ильи Шакалова» – мультфильм о текущей деятельности российского муниципального депутата, его помощи населению и работе с молодежью. Ролик значительно расширил возможности для активизации избирательной базы и повышения вовлеченности населения в социальные и политические инициативы, реализуемые депутатом [4].
2. «Ретро-фестиваль» – анимационный ролик освещает проблематику функционирования институтов молодежной политики в контексте реализации творческих инициатив в городской среде Краснодара. Особое внимание уделяется роли молодежи как активного субъекта социокультурного развития, а также механизмам и формам их вовлечения в процессы организации и проведения культурно-массовых мероприятий [8].
3. «Видео ролик о парке Краснодар и его создателе Сергеем Галицким» – герой анимационного фильма, известный в России меценат и филантроп Сергей Галицкий, который живет в Краснодаре и является непоколебимым авторитетом для жителей и гостей Кубани. Благодаря его инновационному пространству, построенному на частное финансирование собирает множество талантливой молодежи для проведения сотен спортивных и творческих событий [9].

Информация о роликах Анимационной студии «КубаньМультифильм» представлена на различных медиаплатформах, включая традиционные средства массовой информации и специализированные сайты.

1. Публикации на официальном сайте Фонда развития Краснодарского края о создании анимационного ролика о Сергеем Галицким и парке «Краснодар» [7].
2. Публикация в официальной группе Кубанского государственного университета физической культуры, спорта и туризма (КГУФКСТ) в российской социальной сети «ВКонтакте» о создании анимационной студии «КубаньМультифильм» при содействии депутата, директора Фонда развития Краснодарского края, кандидата социологических наук, доцента Ильи Шакалова и кафедры общественных коммуникаций (заведующая кафедрой, доцент Оксана Айвазян) социально-гуманитарного факультета КГУФКСТ (декан Елена Еремина) [5].
3. Публикация о работе Анимационной студии «Кубаньмультфильм» в ведущем издании Краснодар-

ского края «Кубанские новости» [3].

4. Обсуждения в различных мессенджерах.

Анимация в социальных сетях представляет собой сложный и многогранный феномен, который активно исследуется в рамках современной медиакультуры и коммуникативных, правовых и политических исследований. В условиях цифровизации и глобализации социальных медиа, анимация становится ключевым инструментом для создания визуального контента, который привлекает внимание пользователей и формирует их восприятие информации. Так, депутат Илья Шакалов активно использует мультиплатформенный контент в своих соцсетях и проявляет глубокое понимание современных тенденций в сфере цифровых медиа, демонстрируя виртуозное владение анимационными форматами контента в социальной медиастратегии.

В частности, на платформе Telegram эффективно используются короткие анимационные видео для визуализации и упрощения восприятия сложных законодательных инициатив и проектов. Данный подход позволяет ему успешно транслировать информацию широкому кругу пользователей, обеспечивая её доступность и наглядность посредством визуальных и динамических элементов.

В социальной сети ВКонтакте Илья Шакалов внедряет более интерактивные форматы взаимодействия с аудиторией, включая размещение анимационных мультфильмов и интерактивных сторис, интегрированных с механизмами голосования и опросов. Эти элементы активно стимулируют вовлеченность пользователей, повышая их интерес к обсуждаемым темам и способствуя более глубокому осмыслению и усвоению представленной информации.

Результаты исследования и их обсуждение

В рамках настоящего исследования был проведен тщательный анализ информационных потоков, представленных в средствах массовой информации и специализированных интернет-ресурсах. В процессе анализа были выявлены ключевые тенденции и закономерности, характеризующие текущее состояние информационного поля. Следует отметить, что данные источники представляют широкий спектр информации, охватывающий различные аспекты исследуемой проблематики.

Результаты исследования свидетельствуют о том, что медиийная кампания, интегрирующая анимационный видеоролик, посвященный деятельности депутата Ильи Шакалова, оказала значительное влияние на уровень участия в предварительном внутрипартийном голосовании в Красноармейском районе от политической партии «Единая Россия». Синергетический эффект от использования анимационных материалов в различных цифровых медиа, традиционных средствах массовой информа-

ции и мессенджерах способствовал увеличению числа участников на 22% [6].

Анализ полученных данных подтверждает высокую эффективность мультимедийных стратегий в контексте мобилизационных кампаний политических партий. Внедрение анимационных элементов в информационно-коммуникационные каналы стимулирует электоральную активность и повышает уровень политической осведомленности избирателей, и в результате позитивной коммуникативной и правовой культуры общества. Таким образом, результаты исследования демонстрируют, что современные мультимедийные технологии играют ключевую роль в формировании электорального поведения и активизации политического участия граждан.

Заключение

Мультипликация становится важным элементом избирательных технологий. Успешный опыт депутата Ильи Шакалова и анимационной студии «КубаньМуль

тфильм» с партией «Единая Россия» показывает, что анимация способна существенно повышать вовлеченность избирателей, особенно среди молодежи. Однако важно соблюдать баланс между доступностью и глубиной передачи информации, а также использовать «живые» примеры деятельности лидеров общественного мнения и органично встраивать их в видеоконтент для нативного считывания важности присоединения жителей территории к общей работе и социальным инициативам во благо своего муниципалитета, региона или страны в целом.

Таким образом, в заключение можно сказать, что мультипликация является важным элементом современного политического процесса, способным оказывать значительное влияние на общественное сознание. Её использование в политике требует глубокого понимания механизмов воздействия визуальных образов на аудиторию и осознания возможных рисков и последствий. Только в этом случае анимация может стать эффективным инструментом для достижения политических целей и укрепления демократических институтов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Айвазян О.О., Кукушкина А.А., Ерёмина Е.А. Нарушение авторских прав в рекламе как фактор, дискредитирующий правовую и коммуникативную культуру в современном социально-правовом обществе // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: ЭКОНОМИКА и ПРАВО. – 2024. – №10. – С. 95–99.
2. Иванов А.В. Политическая коммуникация в цифровую эпоху. – Москва: Изд-во МГУ, 2021.
3. Издание «Кубанские новости» [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://kubnews.ru/obshchestvo/2025/01/13/eksperimentalnaya-animatsionnaya-studiya-kubanmultfilm-sozdana-v-krasnodare/> (дата обращения: 14.06.2025).
4. Общественно-политическое издание «Ясно ньюс» [Электронный ресурс] // Режим доступа: https://yasnonews.ru/news/politika/92244_deputat_iz_krasnoarmeyskogo_rayona_ (дата обращения: 14.06.2025).
5. Официальная группа Кубанского государственного университета физической культуры, спорта и туризма (КГУФКСТ) в российской социальной сети «ВКонтакте» [Электронный ресурс] // Режим доступа: https://vk.com/wall-222692403_2240 (дата обращения: 04.08.2025).
6. Сайт телекомпании «Кубань 24» и видео хостинг Рутуб [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://kuban24.tv/item/studiya-kubanmultfilm-sozdala-informatsionnyj-rolik-o-deyatelnosti-deputata> и https://rutube.ru/video/5bbe5ba657348fd7f245741a12d3a440/?utm_source=embed&utm_medium=refferral&utm_campaign=logo&utm_content=5bbe5ba657348fd7f245741a12d3a440&utm_term=kuban24.tv&t=1 (дата обращения: 14.06.2025).
7. Сайт Фонда развития Краснодарского края [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://frkuban.ru/novosti-fonda/animatsionnaya-studiya-kubanmultfilm-prezントvala-korotkometrazhnyj-multfilm-o-parke-krasnodar-i-sergee-galitskom> (дата обращения: 14.06.2025).
8. Телеграм-канал Анимационной студии «КубаньМульфильм» [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://t.me/multkuban/64> (дата обращения: 14.06.2025).
9. Телеграм-канал Анимационной студии «КубаньМульфильм» [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://t.me/multkuban/58> (дата обращения: 14.06.2025).
10. Телерадиокомпания «Кубань 24» [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://kuban24.tv/item/animatsionnyu-studiyu-kubanmultfilm-sozdali-v-krasnodare> (дата обращения: 14.06.2025).
11. Шакалов И.И. Влияние социологии на развитие теории и практики PR-деятельности // Теория и практика общественного развития. – Выпуск № 5. – Том 2. – 2006. – С. 50–56.
12. Шакалов И.И. Ключевые параметры модели стратегической коммуникации // Научные исследования и разработки. Современная коммуникативистика. – 2021. – Т. 10. – № 4. – С. 30–38.
13. Шакалов И.И., Айвазян О.О. Особенности работы по связям с общественностью как фактора развития коммуникативной культуры в современном социокультурном пространстве // Образовательные науки и психология. – 2018. – № 1 (47). – С. 139–146.

© Шакалов Илья Игоревич (shakalov_ilya1@mail.ru), Айвазян Оксана Оганесовна (O.O.Ayvazyan@mail.ru).

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»