

КОММУНИКАТИВИСТИКА И ОБРАЗОВАНИЕ

Профессиональная подготовка будущих специалистов по связям с общественностью: коммуникативный аспект

Professional Training of Future Public Relations Specialists: Communicative Aspect

DOI: 10.12737/2587-9103-2025-14-2-14-19

Получено: 16 января 2025 г. / Одобрено: 25 февраля 2025 г. / Опубликовано: 26 апреля 2025 г.

**Д.В. Боярченко**

Аспирант,
Рязанский государственный университет
имени С.А. Есенина,
Россия, 390000 г. Рязань, ул. Свободы, 46,
e-mail: bojarchenkovdaniil@gmail.com

D.V. Boyarchenkov

Undergraduate Student,
Russian State University named after S.A. Yesenin,
46, Svobody St., Ryazan, 390000, Russia,
e-mail: bojarchenkovdaniil@gmail.com

Аннотация

В статье рассматриваются коммуникативные практики, используемые в процессе подготовки будущих специалистов по связям с общественностью в образовательной среде университета.

Цель исследования – на основе изучения научной литературы и педагогического опыта определить комплекс коммуникативных практик, используемых в процессе подготовки будущих специалистов по связям с общественностью к профессиональной коммуникации в образовательной среде университета.

Исследование базируется на диалоговом методологическом подходе. Показана значимая роль коммуникативной составляющей в профессиональной подготовке будущих специалистов по связям с общественностью. Определен и охарактеризован комплекс коммуникативных технологий и практик, используемых для профессиональной подготовки будущих специалистов по связям с общественностью в процессе организации и проведения круглых столов, дискуссий, фокус-групп, проведения опросов и анализа кейсов коммуникационных кампаний различного уровня. Выявлены особенности профессиональной коммуникации в рекламной и PR-сфере. Доказано, что профессиональная подготовка, ориентированная на развитие коммуникативных умений и навыков, обеспечивает эффективную подготовку будущих специалистов по связям с общественностью к профессиональной коммуникации.

Перспективы дальнейших исследований могут быть связаны с исследованием влияния цифровой образовательной среды вуза на процесс подготовки будущих специалистов по связям с общественностью к профессиональной деятельности.

Ключевые слова: профессиональная подготовка, специалист по связям с общественностью, коммуникативные практики, профессиональные и надпрофессиональные компетенции.

Abstract

The article examines the communicative practices used in the process of training future public relations specialists in the educational environment of the university.

The purpose of the study is to determine, based on the study of scientific literature and pedagogical experience, a set of communicative practices used in the process of training future public relations specialists for professional communication in the educational environment of the university.

The research is based on an interactive methodological approach. The significant role of the communicative component in the professional training of future public relations specialists is shown. The complex of communication technologies and practices used for professional training of future public relations specialists in the process of organizing and conducting round tables, discussions, focus groups, conducting surveys and analysing cases of communication campaigns at various levels is defined and characterized. The features of professional communication in the advertising and PR sphere are revealed. It has been proven that professional training focused on the development of communication skills ensures effective preparation of future public relations specialists for professional communication.

The prospects for further research may be related to the study of the impact of the digital educational environment of the university on the process of training future public relations specialists for professional activity.

Keywords: professional training, public relations specialist, communication practices, professional and supra-professional competencies.

Введение. Глубокие перемены, происходящие в стране и мире, неизменно оказывают огромное влияние на развитие системы образования в целом и на выбор образовательных стратегий в профессиональной подготовке будущих специалистов. «Ежегодно происходит дополнение и переработка образовательных программ, — справедливо подчёркивают Л.Ф. Ельцова и А.В. Ельцов, — усложняется процесс обучения, появляются новые цифровые инструменты, обязательным становится постоянное обучение и саморазвитие» [15, с. 6].

Профессиональная подготовка PR-специалистов началась в России, а также в зарубежных странах, в

конце прошлого столетия. В начале 1990-х гг. первый набор специалистов по рекламе и связям с общественностью был проведен на факультете международной информации (которому сейчас возвращено название факультета международной журналистики) Московского государственного института международных отношений (МГИМО). В 1991 г. была основана Российская ассоциация по связям с общественностью (РАСО). В 2005 г. было создано первое в России объединение преподавателей и экспертов в области коммуникаций Ассоциация преподавателей по связям с общественностью (АПСО). С 2010 г. издается электронный научный журнал «Российская

школа связей с общественностью», на страницах которого обсуждаются наиболее острые вопросы современных коммуникационных процессов, тренды развития коммуникационных специальностей и др. В Рязанском государственном университете имени С.А. Есенина подготовка специалистов по рекламе и связям с общественностью осуществляется с 2003 г.

Профессиональная подготовка будущих специалистов по связям с общественностью требует всё большего внимания со стороны профессорско-преподавательского состава университета. Это связано с обострением конкуренции во всех сферах современного общества, с повышением ответственности за результаты проводимых *PR*-кампаний. «Размытость границ предметного поля связей с общественностью, подчиненное или неопределенное отношение со смежными дисциплинами, постоянно меняющиеся требования к практической стороне деятельности выпускаемых специалистов, — с тревогой констатируют Л.В. Азарова и Л.В. Шарахина, — все это приводит к возникновению новых конфликтов и ставит целый ряд вызовов с точки зрения образования и профессиональной подготовки по рекламе и связям с общественностью» [1, с. 12].

В профессиональной подготовке будущих специалистов по связям с общественностью большое значение приобретают коммуникативные практики. «Участники коммуникации оказывают воздействие друг на друга, — верно подчёркивает Л.М. Гончарова, — вступая в вербальное, эмоциональное, этико-моральное взаимодействие» [5, с. 49]. При этом участники той или иной *PR*-кампании далеко не всегда ориентированы на достижение согласия, а, наоборот, очень часто настроены на обострение конкурентной борьбы. При подготовке рекламной кампании можно рассматривать различные коммуникативные стратегии — информативную, императивную и коммуникативно-регулирующую [4, с. 184]. Подчеркнём, что умелое использование различных стратегий способствует успешному проведению мероприятия.

Обзор литературы. В процессе обзора литературы обратили на себя внимание публикации, в которых речь идет о том, что XXI в. характеризуется новым коммуникативным мышлением и новыми ценностями в современном языке *PR*. Новая «культура отмены» (*cancel culture*) отвергает традиционные ценности, и необходимо иметь достаточно мужества для того, чтобы противостоять очередному гипнозу общества. «Это особенно важно учитывать *PR*-специалистам, — авторитетно утверждают А.П. Миньяр-Белоручева и П.И. Сергиенко, — от которых во многих отношениях зависит настоящая и будущая судьба человечества» [12, с. 79]. Тем более что реклама, как подчер-

кивает О.И. Амурская, является показателем национальной культуры отдельно взятого государства. «В любой стране реклама должна обращаться к целевой аудитории на понятном ей языке» [2, с. 122].

Более того, интернет-пространство, по мнению Р.Т. Мухаева и Ю.А. Лаамарти, превратилось в главный источник получения политической информации, основной институт формирования ценностных ориентаций, политических убеждений и моделей поведения. «Угроза состоит только в том, что при отсутствии критического мышления у современной молодежи Интернет может выступать средой формирования ложных идеалов и клиповой примитивной политической культуры, имеющей развлекательный характер» [13, с. 101]. Безусловно, ценностно-смысловые и этические аспекты в профессиональной подготовке будущих специалистов по связям с общественностью являются одними из важнейших.

В публикациях современных авторов нашли свое отражение процессы организации коммуникационных стратегий. В.В. Малардырова и В.С. Чиннова обосновали три основных этапа коммуникационной стратегии: на исследовательском этапе требуется проведение всестороннего анализа продвигаемого продукта с помощью *SWOT*- и *PEST*-анализа, глубинного интервью и др.; на организационном этапе необходимо осуществить целеполагание, определение целевой аудитории, коммуникационных инструментов и медиаканалов, медиапланирование, бюджетирование; на результативном этапе следует провести оценку реализованной методики и определить ее эффективность [9].

Коммуникативные техники также всегда были в центре внимания исследователей. А.С. Киндеркнехт предлагает использовать базовый арсенал коммуникативных техник медиатора, к которым относятся: эхо-техника, техника резюме, техника развития идеи, сообщение о восприятии другого, сообщение о собственном самочувствии, техника слушания, техника вопросов [7]. При этом Л.М. Гончарова и А.С. Зобнина подчеркивают, что в публичном пространстве и в межличностной коммуникации комплименты различаются [3, с. 112]. Несомненно, в процессе профессиональной подготовки будущих специалистов по связям с общественностью необходимо проводить тренинги и специальные мастер классы по применению коммуникативных техник.

Специалисты по связям с общественностью должны уметь управлять конфликтными ситуациями. И.Ю. Мельникова, Т.А. Черкащенко утверждают: «Любая профессиональная среда, а в области рекламы и *PR* особенно, характеризуется конфликтностью» [16, с. 82]. Некоторые коммуниканты, используют этнофолизм как инструмент разжигания

этнической нетерпимости. При этом, как считают Л.В. Соснина и Н.С. Демченко, «на сегодняшний день возникновение новых оскорбительных номинаций в большей мере лежит в плоскости геополитических событий» [22, с. 103].

Итак, в будущем, по мнению Л.М. Семеновой, будут востребованы в большей степени так называемые «мягкие навыки» (*softskills*): способность к межличностной и деловой коммуникации, *self*-менеджмент, проектный менеджмент, лидерские этика, адаптивность, аттрактивность, инициативность, высокая ответственность, кросс-функциональность, «гибкость», умение решать поставленные цели и достигать нужного результата, способность мыслить критически и др. [14].

Обзор литературы показал, что, несмотря на большое количество публикаций, посвященных исследованию коммуникативных стратегий и тактик в общем, конкретно подготовке будущих специалистов по связям с общественностью к профессиональной коммуникации уделяется недостаточное внимание.

Цель исследования – на основе анализа научной литературы и собственного педагогического опыта определить комплекс коммуникативных практик, которые необходимо применять при подготовке будущих специалистов по связям с общественностью к профессиональной коммуникации.

Методология и методы. *Методологическим подходом* в данном исследовании был определен диалоговый подход, основанный на понимании того, что диалог является не только основной формой общения будущего специалиста по связям с общественностью и отражением важнейших коммуникативных стратегий и тактик [12], а также предполагающий, что диалогическое общение является важнейшим ориентиром в процессе профессиональной коммуникации *PR*-специалиста.

В качестве *теоретических методов* использовались: анализ, систематизация и обобщение положений научных трудов отечественных и зарубежных авторов по проблеме исследования. Нами был проанализирован ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (в Рязанском государственном университете имени С.А. Есенина реализуется направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в социокультурной сфере»), утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 8 июня 2017 г. № 512.

Эмпирические методы представляли собой анализ содержания учебных программ, дидактических материалов, учебных пособий, планов занятий по дисциплинам «Теория и практика связей с общественностью», «Организация и проведение коммуника-

ционных компаний», «Технология проведения политической рекламной компании», «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью», а также анализ собственного педагогического опыта, поскольку автор является преподавателем кафедры рекламы и социокультурных коммуникаций института истории, философии и политических наук Рязанского государственного университета имени С.А. Есенина.

Результаты исследования. В данном исследовании мы рассматриваем коммуникативные практики, используемые в подготовке будущих специалистов по связям с общественностью.

Коммуникативные практики в системе публичных коммуникаций, по мнению В.Х. Зайналабдиева и Т.И. Пиценко, обеспечивают адекватное восприятие и передачу информации, а также формируют систему знаний, ценностей, норм и образцов поведения в определённой коммуникативной среде [6, с. 63].

Коммуникативные практики и овладение ими являются профессиональным инструментом специалистов, работающих в системе связей с общественностью в коммерческих, государственных и социальных структурах. Кроме того, коммуникативные практики являются основным инструментом в сфере управленческого консультирования, ориентированного на формирование у управленческих кадров определенных компетентностей, в том числе и конфликтологической компетентности. Несомненно, овладение студентами – будущими специалистами по связям с общественностью имеет большое значение для профессионального становления *PR*-специалистов. Комплекс коммуникативных практик, которые может применять специалист, зависит от уровня его компетентности, степени готовности к действиям в конкретной ситуации, ранга сложности данной ситуации, прогнозируемых результатов и др.

Среди примеров коммуникативных практик наибольшую эффективность показывают следующие:

- 1) *активное слушание*. Способность слушать собеседника и слышать не только слова, но и смыслы, ценности, цели и другие;
- 2) *задавание открытых вопросов*. Стимулирование собеседника делиться более полной информацией и своими мыслями;
- 3) *Я-сообщения*. Техника, позволяющая выражать свои чувства и потребности без обвинений и осуждений;
- 4) *эмпатия*. Способность поставить себя на место другого человека и понять его чувства и эмоции;
- 5) *невербальная коммуникация*. Использование жестов, мимики, тона голоса и других невербальных сигналов;

- 6) *краткость и ясность*. Умение выражать свои мысли четко и кратко;
- 7) *обратная связь*. Регулярная и конструктивная обратная связь помогает улучшать процесс коммуникации.

Существует разветвленный инструментарий, благодаря которому, по мнению К.А. Смирновой, осуществляются технологии связей с общественностью: встречи с представителями потенциальных клиентов, публичные обращения к аудитории, которые чаще всего используются в виде многочисленных и разнообразных по своему содержанию презентаций; ярмарки, благотворительные вечера, распродажи, спортивные мероприятия, концерты, выставки, презентации, съезды [15, с. 137].

При таком многообразии коммуникативных инструментов становится очевидным, что осваивать и оттачивать умения коммуницировать с разными видами целевой аудитории необходимо на протяжении всего процесса обучения будущих *PR*-специалистов. Освоение учебного плана сопровождается интенсивной аудиторной и внеаудиторной работой, в рамках которой студенты осуществляют подготовку, проведение и отработку коммуникативных техник в процессе участия в круглых столах, дискуссиях, фокус-группах, проводя опросы и анализируя кейсы коммуникационных кампаний различного уровня.

Целый комплекс коммуникативных практик отработывается в процессе подготовки и проведения на базе РГУ имени С.А. Есенина *PR*-форума «Реклама и *PR*: пространство современной коммуникации». Он объединяет участников рязанских организаций разных сфер деятельности, которые имеют в своем составе рекламные и маркетинговые отделы, отделы по связям с общественностью, пресс-службы, отделы по взаимодействию со СМИ. Процесс подготовки форума, в котором студенты задействованы, позволяет им вырабатывать собственные подходы к взаимодействию с аудиторией, получать опыт, которым делятся *PR*-специалисты, состоявшие в профессии, совершенствовать не только свои профессиональные, но и надпрофессиональные компетенции.

Целями проведения форума являются: повышение общего уровня профессионального мастерства в отрасли, развитие культуры клиентоориентированных рекламы и *PR*, обмен опытом между практикующими профессионалами, повышение качества подготовки специалистов в области рекламы и связей с общественностью, обучающихся в университете. Практическая значимость форума заключается в уникальной возможности на площадке вуза услышать о лучших практиках в сфере современной коммуникации, завязать контакты, договориться о перспек-

тивах сотрудничества и взаимодействия для совершенствования деятельности.

После серии коммуникативных практик, в которых студенты смогли принять участие в процессе обучения, был проведен опрос, основной целью которого было выявление значимости коммуникации для построения индивидуальной профессиональной траектории обучающихся. Мы приводим здесь наиболее характерные ответы студентов (табл. 1).

Таблица 1

Отношение студентов к коммуникативным практикам

Имя студента	Ответы студентов
Дмитрий С.	Коммуникативные практики позволяют не только успешно продвигать продукты и услуги, но и строить долгосрочные отношения с клиентами и партнерами, основанные на доверии и понимании их потребностей
Анастасия А.	Коммуникативные практики позволяют проводить качественный анализ целевой аудитории, изучать их потребности и предпочтения
Илья Б.	Коммуникативные практики способствуют развитию креативного мышления и позволяют генерировать новые идеи на основе анализа и обсуждения кейсов
Сергей А.	Я понимаю полезность коммуникативных практик, но мне не очень легко дается выполнение коммуникативных заданий. Я не очень люблю общаться с незнакомыми людьми. Буду над собой работать

Ответы других студентов показывают примерно схожую картину, из которой следует, что обучающиеся осознают необходимость скорейшего овладения коммуникативными техниками. Однако некоторые студенты, у которых есть проблемы с общением, с трудом овладевают коммуникативными практиками. В таких случаях студентам в этом процессе приходится преодолевать личные трудности, связанные с коммуникацией, что, несомненно, способствует более качественному освоению практических знаний, умений и навыков.

Заключение

Коммуникативные технологии широко применяются в профессиональной деятельности специалистов по рекламе и связям с общественностью и овладение ими на этапе обучения в университете способствует повышению качества выпускников и повышает их конкурентность на рынке труда. Результаты совместного исследования *HeadHunter* и *Microsoft* подтверждают, что в «портрете соискателя будущего» значимое место занимают гибкие навыки, так как они обладают многими преимуществами в современных условиях, подверженных динамичным изменениям. Владение коммуникативными практиками позволяет демонстрировать уровень сформированности профессиональных компетенций, а также целостность и зрелость личности. Коммуникативные технологии обладают большей устойчивостью в усло-

виях постоянно изменяющейся конъюнктуры на рынке труда, способствуют формированию гибких навыков (*softskills*) выпускников, что является одним из важнейших направлений современного высшего PR-образования.

Литература

1. Азарова Л.В. PR-образование в условиях постоянной трансформации: опыт осмысления, проблемы и перспективы [Текст] / Л.В. Азарова, Л.В. Шарахина // Российская школа связей с общественностью. — 2024. — № 34. — С. 10–28. — DOI 10.24412/2949-2513-2023-34-10-28
2. Актуальные вопросы подготовки специалистов в современных условиях [Электронный ресурс] / И.А. Мурог, А.Ф. Маруков, Л.П. Костикова [и др.]. — Рязань: Изд-во Рязанский государственный ун-т им. С.А. Есенина, 2023. — 183 с.
3. Гончарова Л.М. Комплимент в публичной коммуникации [Текст] / Л.М. Гончарова, А.С. Зобнина // Актуальные проблемы культуры речи: Материалы Всероссийской научно-практической конференции, Москва, 15 мая 2024 года. — М.: Изд-во Государственного ун-та просвещения, 2024. — С. 110–117.
4. Гончарова Л.М. Речевые стратегии и тактики в педагогическом дискурсе [Текст] / Л.М. Гончарова, Н.В. Ковшова // Язык. Культура. Коммуникация: изучение и обучение: Сборник научных трудов VI Международной научно-практической конференции, Орел, 20–21 октября 2022 года. — Орел: Картуш, 2022. — С. 181–187.
5. Гончарова Л.М. Речевая агрессия в различных типах дискурса [Текст] / Л.М. Гончарова // Гуманитарные технологии в современном мире: Материалы VI Международной научно-практической конференции, Калининград, 17–19 мая 2018 года. — Калининград: Изд-во Западного филиала РАНХиГС, 2018. — С. 49–51.
6. Зайналабдиев В.Х. Коммуникативные практики в региональной блогосфере [Текст] / В.Х. Зайналабдиев, Т.И. Пиценко // Мир лингвистики и коммуникации: электронный научный журнал. — 2015. — № 38. — С. 62–71.
7. Киндеркнехт А.С. Базовый арсенал коммуникативных техник медиатора [Текст] / А.С. Киндеркнехт // Научные исследования и разработки. Современная коммуникативистика. — 2024. — Т. 13. — № 4. — С. 77–87. — DOI: 10.12737/2587-9103-2024-13-4-77-87
8. Костикова Л.П. Диалоговый подход к культуре и межкультурному образованию [Текст] / Л.П. Костикова // Педагогика. — 2008. — № 6. — С. 28–35.
9. Малардырова В.В. Методика разработки коммуникационной стратегии [Текст] / В.В. Малардырова, В.С. Чиннова // Научные исследования и разработки. Современная коммуникативистика. — 2023. — Т. 12. — № 4. — С. 98–105. — DOI: 10.12737/2587-9103-2023-12-4-98-105
10. Мельникова И.Ю. Формирование конфликтологических компетенций при подготовке специалистов по коммуникациям [Текст] / И.Ю. Мельникова, Т.А. Черкащенко // Научные исследования и разработки. Современная коммуникативистика. — 2023. — Т. 12. — № 2. — С. 75–84. — DOI: 10.12737/2587-9103-2023-12-2-75-84
11. Миньяр-Белоручева А.П. Новое коммуникативное мышление — новые ценности в современном языке PR [Текст] / А.П. Миньяр-Белоручева, П.И. Сергиенко // Научные исследования и разработки. Современная коммуникативистика. — 2022. — Т. 11. — № 5. — С. 74–80. — DOI: 10.12737/2587-9103-2022-11-5-74-80
12. Мухаев Р.Т. Интернет-коммуникации как инструмент формирования политической культуры российской молодежи: эмпирический анализ [Текст] / Р.Т. Мухаев, Ю.А. Лаамар-

Перспективы дальнейших исследований могут быть связаны с исследованием влияния цифровой образовательной среды вуза на процесс профессиональной подготовки будущих специалистов по связям с общественностью.

- ти // Научные исследования и разработки. Современная коммуникативистика. — 2022. — Т. 11. — № 2. — С. 89–101. — DOI: 10.12737/2587-9103-2022-11-2-89-101
13. Профессиональная языковая подготовка студентов в условиях трансформации высшего образования [Текст] / А.В. Ельцов, Л.Ф. Ельцова, Л.П. Костикова [и др.]. — М.: Перспектива, 2024. — 186 с.
14. Семенова Л.М. Форсайт компетенций специалистов в области коммуникации [Текст] / Л.М. Семенова // Актуальные вопросы развития современной науки: теория и практика Научная сессия профессорско-преподавательского состава, научных сотрудников и аспирантов по итогам НИР за 2020 год: Сборник лучших докладов, Санкт-Петербург, 01 апреля — 31 2021 года. — СПб.: Изд-во Санкт-Петербургского гос. экономич. ун-та, 2021. — С. 54–57.
15. Смирнова К.А. PR-технологии и основные методы коммуникации [Текст] / К.А. Смирнова // Молодой ученый. — 2017. — № 19. — С. 162–165.
16. Соснина Л.В. Этнофолизм как средство речевой агрессии (на материале встречного текста на новостные сообщения) [Текст] / Л.В. Соснина, Н.С. Демченко // Научные исследования и разработки. Современная коммуникативистика. — 2024. — Т. 13. — № 6. — С. 94–104. — DOI: 10.12737/2587-9103-2024-13-6-94-104

References

1. Azarova L.V. PR-obrazovanie v usloviyakh postoyannoy transformatsii: opyt osmysleniya, problemy i perspektivy [PR education in conditions of constant transformation: the experience of understanding, problems and prospects] // *Rossiyskaya shkola svyazey s obshchestvennost'yu* [Russian School of Public Relations]. 2024, no 34, pp. 10–28.
2. *Aktual'nye voprosy podgotovki specialistov v sovremennykh usloviyakh* [Actual issues of training specialists in modern conditions]. Ryazan': Ryazanskij gosudarstvennyj universitet im. S.A. Esenina [Ryazan: Ryazan State University named after S.A. Yesenin]. 2023. 183 p.
3. Goncharova L.M. Kompliment v publichnoy kommunikatsii [Compliment in public communication] // *Aktual'nye problemy kul'tury rechi: Materialy Vserossiyskoj nauchno-prakticheskoy konferentsii, Moskva, 15 maya 2024 goda. Moskva: Federal'noe gosudarstvennoe avtonomnoe obrazovatel'noe uchrezhdenie vysshego obrazovaniya "Gosudarstvennyj universitet prosveshcheniya"* [Actual problems of speech culture: Proceedings of the All-Russian Scientific and Practical Conference, Moscow, May 15, 2024. Moscow: Federal State Autonomous Educational Institution of Higher Education "State University of Enlightenment"]. 2024, pp. 110–117.
4. Goncharova L.M. Rechevye strategii i taktiki v pedagogicheskom diskurse [Speech strategies and tactics in pedagogical discourse] // *Yazyk. Kul'tura. Kommunikatsiya: izuchenie i obuchenie: Sbornik nauchnykh trudov VI Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferentsii, Orel, 20–21 oktyabrya 2022 goda* [Language. Culture. Communication: study and learning: Collection of scientific papers of the VI International Scientific and Practical Conference, Orel, October 20–21]. Orel: Izdatel'stvo Kartush, 2022, pp. 181–187.
5. Goncharova L.M. Rechevaya agressiya v razlichnykh tipakh diskursa [Speech aggression in various types of discourse] // *Gumanitarnye tekhnologii v sovremennom mire: Materialy VI Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferentsii, Kaliningrad,*

- 17–19 maya 2018 goda [Humanitarian technologies in the modern world : Materials of the VI International Scientific and Practical Conference, Kaliningrad, May 17–19]. Kaliningrad: Zapadnyj filial RANHiGS, 2018. pp. 49–51.
6. Zajnalabdiev V.H. Kommunikativnye praktiki v regional'noj blogosfere [Communicative practices in the regional blogosphere] // *Mir lingvistiki i kommunikatsii: elektronnyj nauchnyj zhurnal* [The World of Linguistics and Communication: an electronic Scientific journal]. 2015, no 38, pp. 62–71.
7. Kinderknekt A.S. Bazovyj arsenal kommunikativnykh tekhniki mediatora [Basic arsenal of communicative techniques of a mediator] // *Nauchnye issledovaniya i razrabotki. Sovremennaya kommunikativistika* [Scientific research and development. Modern communication studies]. 2024, vol. 13, no. 4, pp. 77–87.
8. Kostikova L.P. Dialogovyy podkhod k kul'ture i mezhkul'turnomu obrazovaniyu [Dialog approach to culture and intercultural education] // *Pedagogika* [Pedagogy]. 2008, no 6, pp. 28–35.
9. Maladyrova V.V. Metodika razrabotki kommunikatsionnoj strategii [Methodology for developing a communication strategy] // *Nauchnye issledovaniya i razrabotki. Sovremennaya kommunikativistika* [Scientific research and development. Modern communication studies]. 2023, vol. 12, no. 4, pp. 98–105.
10. Mel'nikova I.YU. Formirovanie konfliktologicheskikh kompetentsij pri podgotovke spetsialistov po kommunikatsiyam [Formation of conflictological competencies in the training of communication specialists] // *Nauchnye issledovaniya i razrabotki. Sovremennaya kommunikativistika* [Scientific research and development. Modern communication studies]. 2023, vol. 12, no. 2, pp. 75–84.
11. Min'yar-Beloručeva A.P. Novoe kommunikativnoe myshlenie — novye tsennosti v sovremennom yazyke PR [New communicative thinking — new values in the modern language of PR] // *Nauchnye issledovaniya i razrabotki. Sovremennaya kommunikativistika* [Scientific research and development. Modern communication studies]. 2022, vol. 11, no. 5, pp. 74–80.
12. Mukhaev R.T. Internet-kommunikatsii kak instrument formirovaniya politicheskoy kul'tury rossijskoj molodyozhi: empiricheskij analiz [Internet communications as a tool for shaping the political culture of Russian youth: an empirical analysis] // *Nauchnye issledovaniya i razrabotki. Sovremennaya kommunikativistika* [Scientific research and development. Modern communication studies]. 2022, vol. 11, no. 2, pp. 89–101.
13. *Professional'naya yazykovaya podgotovka studentov v usloviyakh transformatsii vysshego obrazovaniya* [Professional language training of students in the context of the transformation of higher education]. M.: Perspektiva, 2024. 186 p.
14. Semenova L.M. Forsajt kompetentsij spetsialistov v oblasti kommunikatsii [Foresight of competencies of specialists in the field of communication] // *Aktual'nye voprosy razvitiya sovremennoj nauki: teoriya i praktika. Nauchnaya sessiya professorsko-prepodavatel'skogo sostava, nauchnykh sotrudnikov i aspirantov po itogam NIR za 2020 god: Sbornik luchshikh dokladov, Sankt-Peterburg, 01 aprelya — 31 2021 goda* [Current issues of the development of modern science: theory and practice Scientific session of the faculty, researchers and postgraduates on the results of research for 2020: Collection of the best reports, St. Petersburg, April 01 — 31, 2021]. Sankt-Peterburg: Sankt-Peterburgskij gosudarstvennyj ekonomicheskij universitet, 2021, pp. 54–57.
15. Smirnova K.A. PR-tehnologii i osnovnye metody kommunikacii [PR technologies and basic communication methods] // *Molodoj uchenyj* [Young Scientist]. 2017, no 19, pp. 162–165.
16. Sosnina L.V. Etnofolizm kak sredstvo rechevoj agressii (na materiale vstrechnogo teksta na novostnye soobshcheniya) [Ethnopholism as a means of speech aggression (based on the material of a counter text to news reports)] // *Nauchnye issledovaniya i razrabotki. Sovremennaya kommunikativistika* [Scientific research and development. Modern communication studies]. 2024, vol. 13, no. 6, pp. 94–104.