

УДК 323

DOI 10.52575/2687-0967-2025-52-3-765-775

EDN VHGYUN

Оригинальное исследование

Имиджевые стратегии трансляции русского мира в социальных сетях глав новых российских регионов

Пименова М.А. , Бродкин А.А.

Петрозаводский государственный университет,
Россия, 185910, г. Петрозаводск, пр. Ленина, 33

E-mail: masha-pimen@mail.ru, balexei99@vandex.ru

Аннотация. В статье исследуется процесс интеграции четырёх новых субъектов РФ – Донецкой и Луганской Народных Республик, Херсонской и Запорожской областей – в культурно-идеологическое пространство русского мира, под которым понимается идея транснационального сообщества, объединённого языком и культурой, общими ценностями, религией и сопричастностью к родине. Авторы анализируют роль глав этих регионов как медийных представителей, чья деятельность в социальных сетях формирует феномен виртуальной идентичности русского мира. Основными методами работы с социальными сетями стали количественный контент-анализ с элементами дискурса-анализа. Исследование нацелено на выявление ключевых имиджевых нарративов, используемых региональными элитами для укрепления цивилизационной идентичности в условиях геополитических изменений после 2022 г.

Ключевые слова: русский мир, соотечественники, Луганская область, Донецкая область, Херсонская область, Запорожская область, новые регионы РФ, имиджевые стратегии, социальные сети

Финансирование: Работа выполнена без внешних источников финансирования.

Для цитирования: Пименова М.А., Бродкин А.А. 2025. Имиджевые стратегии трансляции русского мира в социальных сетях глав новых российских регионов. *Via in tempore. История. Политология*, 52(3): 765–775. DOI: 10.52575/2687-0967-2025-52-3-765-775. EDN: VHGYUN

Image-Building Strategies of the “Russian World” Broadcast through the Social Media of the Heads of New Russian Federal Subjects

Maria A. Pimenova , Alexey A. Brodtkin

Petrozavodsk State University,
33 Lenin Ave., Petrozavodsk 185910, Russia

E-mail: masha-pimen@mail.ru, balexei99@vandex.ru

Abstract. The article examines the social media mechanisms of intergrating four new Russia’s subjects – the Donetsk and Lugansk People's Republics, the Kherson and Zaporozhye Regions – into the space of the „Russian World“. In this paper, the latter is determined as the idea of a transnational community unified by language and culture, common values, unity of religion and belonging to the Homeland. The authors analyze the role of the heads of these regions as media representatives whose social media activities form the basic for the virtual identity of the “Russian World“. The main research methods were quantitative content analysis with elements of discourse analysis. Methodological frames are based on the principle of multiple coding and include three analytical axes: the publication topic, the ideological load and the image-building strategy. The study is aimed at identifying key image-building narratives used by regional elites to strengthen civilizational identity in the context of geopolitical changes after 2022.



Keywords: Russian world, compatriots, Lugansk People's Republic, Donetsk People's Republic, Zaporozhye Region, Kherson Region, new Russian regions, image-building strategies, social media

Funding: The work was carried out without external sources of funding.

For citation: Pimenova M.A., Brodtkin A.A. 2025. Image-Building Strategies of the “Russian World” Broadcast through the Social Media of the Heads of New Russian Federal Subjects. *Via in tempore. History and political science*, 52(3): 765–775 (in Russian). DOI: 10.52575/2687-0967-2025-52-3-765-775. EDN: VHGYUN

Введение

С сентября 2022 года географическая карта России обрела новые очертания: в состав страны вошли четыре региона, исторически связанные с ней общими судьбами, культурой и языком. Донецкая и Луганская Народные Республики, Херсонская и Запорожская области стали не просто новыми субъектами Федерации, а символами воссоединения народа, новым этапом укрепления единого цивилизационного пространства русского мира (далее по тексту – РМ). По разным оценкам, речь идет о порядка 4 млн новых граждан России [За счет новых регионов..., 2024], которые, несмотря на «историческую общность» и «сложившиеся связи» [Договор между Российской Федерацией..., 2022] с РФ, в течение 30 лет с момента распада СССР были интегрированы в другой политический и социальный контекст. В условиях геополитической трансформации и интеграции новых территорий в состав России особую значимость приобретает формирование единого культурно-идеологического пространства. Важную роль в этом процессе играют местные элиты: главы новых субъектов РФ выступают и как административные руководители, и как медийные представители официального нарратива, в том числе и в вопросах интеграционного характера. Таким образом, цель данного исследования – выявление имиджевых стратегий трансляции цивилизационных компонентов РМ в личных аккаунтах социальных сетей глав Луганской, Донецкой, Херсонской и Запорожской областей РФ.

Внешнеполитическая идея русского мира (которую не стоит путать с философской концепцией) основывается на подходе, трактующем РМ как пространство цивилизационной идентичности и представлении об едином транснациональном гражданском сообществе, интеграционными факторами для которого являются *лингвокультурный, ценностный, религиозный, патриотический и консолидационный* [Пименова, 2025, с. 28]. Так, РМ выходит за рамки политических границ своего ядра (России) и формирует свою собственную идентичность через многих агентов. Одними из важнейших таких агентов выступают политические элиты, которые в лице всех российских госорганов, органов местного самоуправления, подведомственных организаций и судов, согласно изменениям в Федеральный закон №8-ФЗ, обязаны создавать официальные страницы в социальных сетях («ВКонтакте» и «Одноклассники») и публиковать там актуальную информацию. Благодаря необходимости освещения своей деятельности, общения с пользователями соцсетей, обсуждения с ними наиболее важных вопросов представители государственных органов могут затрагивать, намеренно или нет, темы истории, языка, культуры, религии, событий внешней политики, которые в конечном счете будут относиться к составляющим РМ. Это, в свою очередь, является ключевым фактором формирования гражданской виртуальной идентичности (virtual identity) – термина, предложенного в англоязычном научном сообществе. Виртуальная идентичность – это цифровой образ, сформированный через взаимодействие на платформах социальных сетей и других онлайн-сообществах [Aissaoui, 2024]. Идентичность, в том числе виртуальная, это витальное условие для политического и гражданского сплочения [Karmila et al., 2024], что является абсолютной необходимостью в период мировой неустойчивости. Так, именно виртуальная идентичность, минуя физические

границы государства, становится важной опорой для цивилизационной идеи русского мира, сформированной в частности путем онлайн-дискурса местными политическими элитами.

Эмпирической базой исследования стала база официальных публикаций в социальной сети «ВКонтакте» четырёх высших должностных лиц новых российских регионов – Донецкой Народной Республики, Луганской Народной Республики, Херсонской и Запорожской областей. Объектом анализа выступили тексты, опубликованные с момента юридического вхождения соответствующих территорий в состав Российской Федерации (5 октября 2022 года) по 30 апреля 2025 года включительно.

Методологической основой исследования стал контент-анализ, проведённый по заранее заданной трехосевой аналитической схеме. В рамках данной схемы каждая публикация кодировалась одновременно по трём параметрам: *тематика публикации* (включающая семь категорий, отражающих предмет и фокус текста), *идеологическая нагрузка* (семь категорий смысловой и ценностной направленности), *имиджевая стратегия* (шесть категорий позиционирования субъекта высказывания).

Для обеспечения единообразия оценки и сопоставимости данных была разработана единая методическая таблица с системой категорий и индикаторов, на основе которой осуществлялась ручная разметка. Все посты кодировались по принципу множественного выбора: один текст мог одновременно быть отнесён к нескольким категориям внутри каждой из осей.

Всего в генеральную совокупность вошло 7 966 постов. Ввиду значительного объёма совокупной выборки для обеспечения сбалансированности и управляемости массива применялся систематический отбор с определённым шагом: в итоговый массив включался каждый седьмой пост, отсчитанный от даты начала наблюдаемого периода. При этом приоритет отдавался полнотекстовым публикациям с оригинальным содержанием (репосты и реплики без самостоятельного текста не учитывались).

Всего было проанализировано 1 542 поста, опубликованных от лица следующих должностных лиц: Денис Пушилин, Донецкая Народная Республика (467 постов); Леонид Пасечник, Луганская Народная Республика (234 поста); Владимир Сальдо, Херсонская область (566 постов); Евгений Балицкий, Запорожская область (275 постов).

Анализу подвергались исключительно публикации из социальной сети «ВКонтакте», поскольку на других цифровых площадках (Telegram, Odnoklassniki и др.) наблюдалась полная или почти полная дублируемость контента. Таким образом, методологический подход позволил не только выявить доминирующие содержательные и ценностные акценты, но и провести сопоставление имиджевых стратегий политических акторов, действующих в схожем историко-политическом контексте.

Анализ публикационной активности глав новых субъектов Российской Федерации осуществлялся с применением авторской трёхосевой модели, ориентированной на выявление содержательных, ценностных и имиджевых структур в тексте. Модель основывается на принципе множественной кодировки и включает три взаимодополняющих аналитических оси: тематика публикации, идеологическая нагрузка и имиджевая стратегия.

Первая ось (тематика публикации) описывает предметную направленность высказываний и отвечает на вопрос: *о чём идёт речь в посте?* Категории данной оси фиксируют сферу упоминаемых явлений и проблем, среди которых военно-патриотическая повестка, развитие и восстановление, интеграция региона в Россию, патриотизм и государственная идеология, традиционные семейные и культурные ценности, молодёжная политика и воспитание, общение с людьми и/или проявление народности. Категории не являются взаимоисключающими – один пост может одновременно затрагивать, например, и боевые действия, и восстановление гражданской инфраструктуры.

Вторая ось (идеологическая нагрузка) отражает идеологические, мировоззренческие и аксиологические смыслы, транслируемые через публикации. Она отвечает на вопрос: *какие ценности и интерпретации действительности продвигаются?* Среди ключевых категорий



этой оси выделяем темы патриотической мобилизации и миссии России; исторической преемственности и борьбы с искажением истории; образа России как цивилизации и центра справедливости; концепта русского мира (в прямом и завуалированном виде), демонизации врага и образа внешней угрозы; защиты традиционных ценностей; народной солидарности и коллективной субъектности. Эта ось позволяет выделить скрытые или открытые элементы идеологической рамки, в которую помещаются события, явления и образы.

Третья ось (имиджевая стратегия) фиксирует способ позиционирования политического актора в медиапространстве и отвечает на вопрос: *каким хочет предстать перед аудиторией субъект публикации?* Модель включает следующие типы имиджа: «народный» и «близкий к людям»; «хозяйственник» и «менеджер дела»; «коммуникатор» и «медиаперсона»; «собранный технократ» и «эффективный управленец»; «символ сопротивления» и «координатор обороны»; «идеологический носитель» и «интегратор русского мира». Эта ось важна для реконструкции механизмов политической самопрезентации в условиях конфликтной легитимации и мобилизационного запроса.

Категории всех трёх осей были разработаны и уточнены на основе предварительного анализа массива публикаций, а также с опорой на теоретические наработки по изучению политической идентичности, символической политики и цифрового лидерства. Каждая категория сопровождалась набором эмпирических индикаторов – ключевых слов, тем и сюжетов, которые использовались как эвристические ориентиры при ручной кодировке текстов.

Русский мир: Россия, соотечественники и русские диаспоры

Идея создания некоего пространства, умозрительного или политически единого, на основании общности языка, культуры и истории циркулирует в философских трудах по всему миру значительный промежуток времени. «Миров», закрепленных в истории, много; их условно можно разделить на «миры»-периоды (такие как *Pax Romana*, «римский мир» и даже *Pax Americana*, противостоявший в холодную войну *Pax Sovietica*) и на «миры»-цивилизации, к которым мы и относим русский мир (тем не менее в научной литературе можно встретить термин *Pax Russica* [Dugin, 2008], который находится в фарватере обоих подходов). Он, таким образом, создает многослойный феномен, «подобный матрешке» [Григорова, 2020, с. 437], который значительным образом опирается на «русскую» идентичность: с точки зрения истории, геополитики, духовности и, что для нас самое важное, цивилизационности.

Вопрос о том, что (и, главное, в каких территориальных пределах) представляет из себя классический русский мир, всегда вставал достаточно остро. Сформировавшийся в XIX веке и во многом вдохновленный идеями славянофильства и панславизма, русский мир в его современном понимании можно трактовать как некую модель консолидации России с соотечественниками [Мосейкина, 2014, с. 14], внешнеполитический курс по сохранению и поддержанию исторических, культурных, языковых и религиозных связей с теми, кто считает себя его частью. Важную роль здесь играет правовая трактовка термина «соотечественник». В России данный правовой статус был закреплен в 1999 году Федеральным законом «О государственной политике Российской Федерации в отношении соотечественников за рубежом» и предполагал двойную трактовку. В самом широком смысле соотечественники – это «лица, родившиеся в одном государстве, проживающие либо проживавшие в нем и обладающие признаками общности языка, истории, культурного наследия, традиций и обычаев, а также потомки указанных лиц по прямой нисходящей линии», причем под одним государством понимается как современная территория РФ, так и территория Российского государства, Российской республики, РСФСР, СССР, если, конечно, указанные лица сделали «свободный выбор в пользу духовной, культурной и правовой связи с Российской Федерацией». Федеральный закон также уточняет, что получение статуса соотечественника сопряжено не только с непосредственно гражданством РФ и постоянным проживанием за рубежом, но и с субъективным фактором [Рязанцев в др., 2021, с. 83] – «актом их

самоидентификации», который должен сопровождаться общественной или профессиональной деятельностью по сохранению и поддержке в государстве проживания исторических, культурных, языковых и других связей с Россией. Фактически в рамках данной работы это означает, что усилия соотечественников (в обеих трактовках) и формируют РМ за пределами России.

Интересно в контексте данной работы и разделение (или слияние) категорий «соотечественники» и «диаспора». Под диаспорой мы понимаем *сплоченную* группу соотечественников, которая осознает свою общность и как правило имеет организованные структуры (например, СМИ, культурные центры, общественные объединения), созданные их силами. С этой трактовкой согласен ряд исследователей [Акимова, 2020, с. 59]. С точки зрения теории международных отношений, характерной чертой диаспор, помимо языковой и культурной общности, является согласие с политикой своей страны происхождения в вопросах внешней политики, с которыми сталкивается их родина, и потому зачастую представители диаспоры мобилизуются в ее поддержку [Diamanti-Karanou, 2015]. Таким образом, диаспора – это более организованная форма взаимодействия соотечественников, но такие связи могут варьироваться от государства к государству, от общины к общине. Другой проблемой стала проблематичность выбора употребления термина «русской» и «российской» диаспоры (похожая проблема встречается при попытке разделить этническую принадлежность «русский» и гражданин России, «русский» или «россиянин»). Учитывая эти факторы, в данной работе мы настаиваем на использовании термина «соотечественники» вместо термина «диаспора».

Итак, русский мир всегда был тесно связан с соотечественниками, проживающими за рубежом. На сегодняшний день около 88 % из них проживают в бывших союзных республиках [Рязанцев и др., 2021, с. 89]. Для России деятельность по поддержке связей с соотечественниками была и остается важной частью внешней политики; это закреплено как в правовом, так и в институциональном поле. В Концепции внешней политики России [2023] теме защиты российских граждан и организаций от иностранных противоправных посягательств и оказанию поддержки соотечественникам, проживающим за рубежом, посвящен отдельный раздел, а среди региональных направлений внешней политики ближнему зарубежью отведено первое место. Россия активно развивает гуманитарное сотрудничество в этих регионах в первую очередь при помощи аффилированных с государством институтов: в первую очередь это Министерство иностранных дел и его структуры, Россотрудничество, фонд «Русский мир», Фонд поддержки и защиты прав соотечественников, проживающих за рубежом, и прочие организации.

Новый Русский мир и его идентичность

Язык по праву считается центром любой культуры, любого «мира», а потому вопросы, связанные с изменением статуса языка в государстве, где он является родным для большого количества граждан, обречены вызывать горячие споры и дискуссии. Начиная с 1990-х годов в бывших союзных республиках, получивших независимость, с разной степенью интенсивности начался процесс обращения к собственной национальной идентичности, который в некоторых государствах сопровождался языковыми и культурными реформами, связанными в том числе и с советским/русским наследием. Так, законодательство Украины, особенно в сфере языковой политики (например, Закон Украины «Об обеспечении функционирования украинского языка как государственного» 2019 г. и Закон Украины о коренных народах 2021 года, в перечне которых не оказалось русских [Рада приняла закон..., 2021]) стало одним из переломных моментов в отношениях Украины и России, впоследствии переросших в проведение СВО, потому как с точки зрения последней данные реформы ущемляли права русских и русскоязычных граждан, ограничивали использование русского языка в образовании, культуре, СМИ, что, в свою очередь, нарушало гуманитарные связи, десятилетиями создаваемые внутри контуров РМ. Это во многом предопределило решение на



реализацию права русскоязычного населения Украины, традиционно проживающего на востоке, на самоопределение [Гошуляк, 2022, с. 36], и в сентябре 2022 г. в ЛНР, ДНР, Херсонской и Запорожской областях прошел референдум о вхождении в состав России со средней явкой по четырём субъектам в 86 % [Опубликованы результаты..., 2022]. Так, с осени 2022 г. новые контуры приобрела не только карта Российской Федерации, но и ядро русского мира, когда жители новых регионов сменили правовой статус – от соотечественников к полноправным гражданам. Кроме того, одна из приоритетных целей правительства РФ сейчас – полная интеграция данных субъектов в российское правовое, экономическое, социальное и образовательное пространство к 2030 г. [Совещание по вопросам..., 2024]. Несмотря на географическую, культурную, языковую, историческую близость четырех регионов к России, их жители могут испытывать кризис идентичности, или двойную идентичность, потому как более 30 лет они интегрировались в украинский контекст (ориентированный в последние годы до референдума преимущественно на сотрудничество с европейскими государствами). Исследователи [Комлева, 2024, с. 136] также отмечают, что в ЛНР и ДНР уровень «русского самосознания» гораздо выше, чем в Запорожской и Херсонской областях, что также необходимо учитывать при анализе стратегий по (ре)трансляции идей РМ. Такая работа проводится на многих уровнях, однако в фарватере нашего интереса находится онлайн-пространство и вопрос особенностей формирования виртуальной идентичности РМ через специальный дискурс высших должностных лиц. Именно здесь и появляется исследовательский вопрос, которым мы задаемся в данной работе – какие имиджевые стратегии используют в своих социальных сетях главы ЛНР, ДНР, Херсонской и Запорожской областей для формирования или укрепления единой с Россией идентичности, которую мы называем русским миром?

Новый русский мир как виртуальная идентичность: результаты контент-анализа

Тематика публикаций, размещённых в социальных сетях глав новых российских регионов, демонстрирует устойчивую содержательную структуру, в которой доминируют военно-патриотическая повестка, нарративы восстановления и интеграционные сюжеты. Эти элементы формируют общий дискурсивный каркас, в пределах которого осуществляется трансляция концепта русского мира как идеологии принадлежности, исторической справедливости и культурной преемственности.

Центральной тематической доминантой для всех четырёх регионов выступает военно-патриотическая риторика, охватывающая сообщения о специальной военной операции, чествование военнослужащих, память о погибших и героизацию защитников. Доля таких публикаций особенно высока у Дениса Пушилина (76,6 %) и Владимира Сальдо (68,7 %), а также значительна у Евгения Балицкого (67,0 %) и Леонида Пасечника (42,3 %). В этих текстах осуществляется репрезентация региона как пространства подвига, одновременно страдающего и сопротивляющегося, что напрямую соответствует ключевым нарративам русского мира – борьбе за «своих», за историю, за идентичность.

Вторым по распространённости мотивом становится развитие и восстановление. Здесь фиксируются упоминания о строительных работах, запуске социальных учреждений, гуманитарной поддержке населения. Доля таких сообщений особенно высока у Л. Пасечника (53,6 %) и В. Сальдо (56,6 %), а также у Е. Балицкого (42,9 %) и Д. Пушилина (33,0 %). Через эту тематику транслируется идея возвращения нормальности, государственности и заботы, что закрепляет образ России как цивилизационного центра, способного не только защищать, но и восстанавливать. Таким образом, русский мир здесь предстает не как риторическая формула, а как практическая реальность, проявляющаяся в действиях власти.

Особую значимость в повестке публикаций приобретает тема интеграции регионов в состав РФ. Она представлена в форме упоминаний о государственных символах, федеральных инициативах, юридических процедурах и участии в общефедеральных событиях. Наиболее выражено эта тематика звучит в аккаунтах В. Сальдо (42,4 %) и Д. Пушилина (36,2 %),

формируя нарратив об историческом возвращении и юридической справедливости. В этом контексте интеграция предстает не как политико-административный процесс, а как завершение исторического пути и восстановление «естественного порядка», укоренённого в цивилизационном представлении о русском пространстве.

Идеологическая составляющая публикаций региональных лидеров формирует вторую смысловую ось анализа, позволяя зафиксировать не только фактическое содержание текстов, но и те мировоззренческие рамки, в которых это содержание осмысливается и транслируется. Во всех четырёх случаях зафиксировано устойчивое присутствие формул, смыслов и интонаций, соответствующих ключевым концептам идеологии русского мира. При этом различия между регионами отражают степень идеологической артикуляции, используемые риторические конструкции и степень прямоты меседжей.

Наиболее часто встречающейся категорией на данной оси становится патриотическая мобилизация, в которой Россия предстает как сила, выполняющая историческую миссию защиты, освобождения и восстановления. Доля публикаций с такой нагрузкой составляет 59,6 % у В. Сальдо, 51,6 % у Е. Балицкого, 43,3 % у Л. Пасечника и 59,6 % у Д. Пушилина. Эти сообщения оформляются через образы долга, служения, подвига, а также через благодарственные формулы в адрес армии и государства. Патриотическая мобилизация в данном случае – это не просто декларация верности, а инструмент интегративного действия, закрепляющего субъектность региона через признание своей принадлежности к более широкому смысловому пространству.

Другим важным элементом идеологического оформления является отсылка к исторической преемственности и борьбе с искажением истории. Доля таких публикаций особенно высока у Д. Пушилина (66,0 %) и В. Сальдо (44,4 %). Этот компонент дискурса опирается на отождествление настоящей ситуации с событиями Великой Отечественной войны, а также на риторику «возвращения в русло истории». Через отсылки к «нашим дедам», к победе в 1945 года и к урокам прошлого формируется объяснительная рамка, в которой действия современной России обретают моральную и историческую легитимность.

Концепт русского мира присутствует в риторике глав как в прямой, так и в завуалированной форме. У Д. Пушилина он обнаруживается в 44,7 % постов, у В. Сальдо – в 36,4 %, у Е. Балицкого – в 29,7 %, у Л. Пасечника – в 21,6 %. Даже в тех случаях, когда сам термин не употребляется, его значение транслируется через устойчивые маркеры: «один народ», «общая история», «защита своих», «духовные скрепы», «освобождённые земли», «мы всегда были вместе». Таким образом, русский мир не столько артикулируется напрямую, сколько инкорпорируется в повествование как набор самоочевидных смыслов и интонаций, через которые объясняется происходящее.

Заметное место в структуре идеологической нагрузки занимает также демонизация врага – присутствие образа угрозы, агрессора, носителя разрушения. Она занимает от 25,8 % постов у Л. Пасечника, до 46,8 % у Д. Пушилина. Подобные сообщения создают бинарную оппозицию: «мы» – носители порядка и справедливости, «они» – источник хаоса, насилия и безнравственности. Эта дихотомия усиливает мобилизационный эффект, оправдывая военные действия, усиливая сплочение и моральную уверенность внутри аудитории.

Наконец, во всех четырёх случаях зафиксировано присутствие категорий, связанных с ценностным ядром: защитой традиционных норм, семьи, религии, духовного наследия. Такие смыслы наиболее выражены у Л. Пасечника и Е. Балицкого, где публикуются обращения к религиозным праздникам, участие в освящении зданий, цитаты священнослужителей и упоминания «духовной опоры».

В целом структура идеологической нагрузки в социальных сетях глав регионов позволяет говорить о системной трансляции базовых элементов РМ как культурно-исторического и политико-нормативного проекта. При этом наблюдаются стилистические различия: Д. Пушилин и В. Сальдо артикулируют через жесткую мобилизационную риторику, в то время как Л. Пасечник и Е. Балицкий оформляют те же смыслы в более мягкой, морально-



поддерживающей интонации. Однако в обоих случаях идеологическое содержание выступает не как абстрактная декларация, а как организующий принцип интерпретации событий и самопрезентации власти.

Имиджевые стратегии, применяемые главами новых российских регионов в социальных сетях, фиксируют не только функциональные и ролевые особенности политической самопрезентации, но и способы персонализации идеологии русского мира через фигуру регионального руководителя. В отличие от тематики и идеологической нагрузки, которые задают контекст, имиджевая составляющая позволяет реконструировать образ субъекта, от имени которого транслируются те или иные смыслы. В этом аспекте наблюдается наиболее выраженное различие между четырьмя анализируемыми фигурами.

Абсолютным лидером по количеству «народных» репрезентаций выступает Л. Пасечник, в 97,9 % постов формирующий образ «близкого к людям» руководителя. Его публичная коммуникация выстроена вокруг сочувствия, поддержки, личного участия и сопереживания. Он появляется на вручениях, в больницах, на похоронах, рядом с простыми гражданами, почти никогда не прибегая к мобилизационной риторике. В контексте трансляции РМ это формирует образ лидера-защитника, человека «своего среди своих», реализующего культурно-нравственную миссию через повседневную близость.

Схожую стратегию, но с менее выраженной эмоциональной окраской, демонстрирует Е. Балицкий. Его имидж «народного управленца» (86,8 % постов) сочетается с элементами отчётности и инфраструктурной повестки. Он не претендует на роль идеологического рупора, но последовательно оформляет образ ответственного координатора, связующего государство и общество. Через такую стратегию транслируется ценностный элемент русского мира – устойчивость, порядок, возвращение к норме.

В. Сальдо сочетает «народную» стратегию (85,9 %) с образом эффективного управленца и медиаперсоны. Его коммуникация совмещает встречи с жителями, участие в мероприятиях, визиты в пострадавшие районы с регулярными публичными обращениями, телеграм-каналом, участием в федеральной повестке. Таким образом, его стратегия является наиболее гибридной: он одновременно транслирует близость к народу, вовлечённость в федеральную политику и способность быть интегратором русского мира на региональном уровне.

Принципиально отличающуюся модель демонстрирует Д. Пушилин. В его случае «народная» стратегия фиксируется лишь в 33,0 % постов. Он выстраивает образ фронтового координатора, рупора идеологии, фигуры, выполняющей миссию исторического масштаба. Его публичные коммуникации насыщены символикой, официальными мероприятиями, церемониями награждения, риторикой долга и жертвы. Таким образом, Д. Пушилин репрезентирует себя не как «человека рядом», а как представителя государства, действующего от имени истории, морали и идеологической правоты. В рамках модели РМ его стратегия может быть интерпретирована как форма персонализированной мобилизации, апеллирующей не к повседневности, а к сверхценностному выбору.

Заключение

Проведённый контент-анализ публикаций глав ДНР, ЛНР, Херсонской и Запорожской областей в социальной сети «ВКонтакте» позволяет выявить устойчивую структуру смысловой и символической репрезентации власти в новых субъектах Российской Федерации. В условиях постконфликтной нормализации, неопределённости правового статуса и потребности в легитимации социальные сети становятся пространством, в котором одновременно реализуются функции мобилизации, идентификации и институционального закрепления власти.

Тематика публикаций структурирована вокруг трёх опорных блоков: военной повестки, восстановления и интеграции. Через обращения к героике, подвигу, участию в СВО, а также к восстановительным и инфраструктурным процессам формируется представление о русском мире как проекте защиты, возвращения и созидания. Эти сюжеты не просто информируют, но

задают рамку объяснения происходящего: регион принадлежит России не потому, что это юридически закреплено, а потому, что это исторически, морально и культурно обосновано.

Идеологическая нагрузка сообщений подтверждает этот вывод: во всех случаях фиксируется активная трансляция нарративов, связанных с исторической преемственностью, защитой традиционных ценностей, противопоставлением «своих» и «чужих», а также цивилизационной ролью России. Концепт русского мира воспроизводится не всегда напрямую, но стабильно через смысловые формулы, эмоциональные интонации и бинарные противопоставления, задающие логику «естественной принадлежности» региона к российскому культурно-политическому пространству.

Имиджевые стратегии региональных глав демонстрируют вариативность, но в этой вариативности прослеживается чёткая структурная логика. От Д. Пушилина, выступающего как идеологический координатор и фронтовой представитель государства, до Л. Пасечника, выстраивающего образ народного защитника и сочувствующего участника общих переживаний, – все фигуры выполняют функции носителей определённой роли внутри политико-идеологической конструкции русского мира. Через них происходит не только информирование и мобилизация, но и персонализация государственной идеологии, необходимая для устойчивого закрепления новой идентичности региона.

Таким образом, анализ социальных сетей региональных лидеров показывает, что русский мир в их коммуникации выступает не столько как идеологема, сколько как инфраструктура смыслов, опосредующая повседневную деятельность власти, формирующая канон легитимной субъектности и закрепляющая образ России как исторически, культурно и морально «своего» пространства. Имиджевые стратегии при этом становятся не просто формой политического позиционирования, а инструментом нормализации принадлежности, где визуальные и вербальные формулы выполняют функции идеологического закрепления и культурной адаптации.

Список источников

- Владимир Сальдо. Официальная страница в социальной сети «ВКонтакте». URL: <https://vk.com/saldo84> (дата обращения: 14 июня 2025)
- Денис Пушillin. Официальная страница в социальной сети «ВКонтакте». URL: <https://vk.com/pushilindenis> (дата обращения: 14 июня 2025)
- Договор между Российской Федерацией и Донецкой Народной Республикой о принятии в Российскую Федерацию Донецкой Народной Республики и образовании в составе Российской Федерации нового субъекта от 30 сентября 2022 года. Официальный интернет-портал правовой информации, 03.10.2022.
- Евгений Балицкий. Официальная страница в социальной сети «ВКонтакте». URL: <https://vk.com/balitskyev> (дата обращения: 14 июня 2025)
- За счет новых регионов в России стало на 4,56 млн избирателей больше. Ведомости. 05.02.2024. URL: <https://www.vedomosti.ru/politics/articles/2024/02/05/1018368-za-schet-novih-regionov-v-rossii-stalo-izbiratelei-bolshe> (дата обращения: 16 мая 2025)
- Концепция внешней политики РФ (утверждена Президентом Российской Федерации В.В. Путиным 31 марта 2023 г.). URL: <https://www.mid.ru/ru/detail-material-page/1860586/> (дата обращения: 30.05.2025)
- Леонид Пасечник. Официальная страница в социальной сети «ВКонтакте». URL: https://vk.com/pasechnik_li (дата обращения: 14 июня 2025)
- Опубликованы результаты референдумов по ДНР, ЛНР, Запорожской и Херсонской областям. ТАСС. 27.09.2022. URL: <https://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/15883769> (дата обращения: 1 июня 2025)
- Рада приняла закон о коренных народах Украины, среди которых не значатся русские. ТАСС. 01.07.2021. URL: <https://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/11801189> (дата обращения: 1 июня 2025)



Совещание по вопросам социально-экономического развития новых субъектов РФ. Официальные сетевые ресурсы Президента России. 24.07.2024. URL: <http://kremlin.ru/events/president/news/74634> (дата обращения: 10 мая 2025)
Федеральный закон от 24.05.1999 г. № 99-ФЗ «О государственной политике Российской Федерации в отношении соотечественников за рубежом». Официальный интернет-портал правовой информации, 01.06.1999, ст. 1.

Список литературы

- Акимова А.О. 2020. Российская диаспора: перспективы сотрудничества. Научно-аналитический журнал *Обозреватель - Observer*, 10(369): с. 58–66.
- Гошуляк В.В. 2022. Антироссийское законодательство как предпосылка самоопределения русскоязычных народов Украины. *Наука. Общество. Государство*, 10, 4(40): с. 33–41.
- Григорова Д. «Русский мир»: русская идентичность как «мягкая сила» на Балканах. *Славяне и Россия*, 1: с. 456–472. doi: 10.31168/2618-8570.2020.24
- Комлева В.В. 2024. Гражданская идентичность населения новых субъектов Российской Федерации: проблемы, политика, технологии. *Россия: общество, политика, история*, 4(13): с. 130–147. [https://doi.org/10.56654/ROPI-2024-4\(13\)-130-147](https://doi.org/10.56654/ROPI-2024-4(13)-130-147)
- Мосейкина М.Н. 2014. У истоков формирования Русского мира. XIX – начало XX века. *Русский мир в XX веке*. М.: АИРО-XXI, 392 с.
- Пименова М.А. 2025. Трансформация политического дискурса о «Русском мире» в первой четверти XXI в. *Известия Иркутского государственного университета. Серия Политология. Религиоведение*, 52: с. 15–27.
- Рязанцев С.В., Письменная Е.Е., Очирова Г.Н. 2021. Русскоязычное население в странах дальнего зарубежья. *Вестник МГИМО Университета*, 14(5): с. 81–100.
- Aissaoui T. 2024. Building Virtual Identity Through Social Media. *International Journal of Multidisciplinary Research and Publications (IJMRAP)*, 6(12): p. 187–190.
- Diamanti-Karanou Y. 2015. Diasporas and International Relations. *E-International Relations*. URL: <https://www.e-ir.info/2015/11/01/diasporas-and-international-relations/> (дата обращения: 12 мая 2025)
- Dugin A. 2008. Pax Russica: For a Eurasian Alliance Against America. *New Petrpective Quarterly*, 25(4): p. 56–60. <https://doi.org/10.1111/j.1540-5842.2008.01026.x>
- Karmila L., Rachmiatie A., et al. 2024. The Role of Social Media in the Political Construction of Identity: Implications for Political Dynamics and Democracy in Indonesia. *Journal of Infrastructure, Policy and Development*, 8(14): 9171. <https://doi.org/10.24294/jipd9171>

References

- Akimova A.O. 2020. Rossiyskaya diaspora: perspektivy sotrudnichestva [Russian Diaspora: Prospects for Cooperation]. *Observer*, 10(369): p. 58–66.
- Goshulyak V.V. 2022. Antirossiyskoe zakonodatel'stvo kak predposylka samoopredeleniya russkoyazychnykh narodov Ukrainy [Anti-Russian Legislation as a Prerequisite for Self-Determination of Russian-Speaking Peoples of Ukraine]. *Science. Society. State*, 10, 4(40): p. 33–41.
- Grigорова D. «Russkiy mir»: russkaya identichnost' kak «myagkaya sila» na Balkanakh [«Russian World»: Russian Identity as «Soft Power» in the Balkans]. *Slavyane i Rossiya*, 1: p. 456–472. doi: 10.31168/2618-8570.2020.24
- Komleva V.V. 2024. Grazhdanskaya identichnost' naseleniya novykh sub"ektov Rossiyskoy Federatsii: problemy, politika, tekhnologii [Civil Identity of the Population of New Subjects of the Russian Federation: Problems, Policy, Technologies]. *Russia: Society, Politics, History*, 4(13): p. 130–147. [https://doi.org/10.56654/ROPI-2024-4\(13\)-130-147](https://doi.org/10.56654/ROPI-2024-4(13)-130-147)
- Moseykina M.N. 2014. U istokov formirovaniya Russkogo mira. XIX – nachalo XX veka [At the Origins of the Formation of the Russian World. XIX – Early XX Century]. *Russkiy mir v XX veke*. M.: AIRO-XXI, 392 p.
- Pimenova M.A. 2025. Transformatsiya politicheskogo diskursa o «Russkom mire» v pervoy chetverti XXI v. [Transformation of the «Russian World» Political Discourse in the First Quarter of the 21st Century] *The Bulletin of Irkutsk State University». Series «Political Science and Religion Studies»*, 52: p. 15–27.



- Rjazancev S.V., Pis'mennaja E.E., Ochirova G.N. 2021. Russkojazychnoe naselenie v stranah dal'nego zarubezh'ja [Russian-Speaking Population in Foreign Countries]. MGIMO Review of International Relations, 14(5): p. 81–100.
- Aissaoui T. 2024. Building Virtual Identity Through Social Media. International Journal of Multidisciplinary Research and Publications (IJMRAP), 6(12): p. 187–190.
- Diamanti-Karanou Y. 2015. Diasporas and International Relations. E-International Relations. URL: <https://www.e-ir.info/2015/11/01/diasporas-and-international-relations/> (дата обращения: 12 мая 2025)
- Dugin A. 2008. Pax Russica: For a Eurasian Alliance Against America. New Petrpective Quarterly, 25(4): p. 56–60. <https://doi.org/10.1111/j.1540-5842.2008.01026.x>
- Karmila L., Rachmiati A., et al. 2024. The Role of Social Media in the Political Construction of Identity: Implications for Political Dynamics and Democracy in Indonesia. Journal of Infrastructure, Policy and Development, 8(14): 9171. <https://doi.org/10.24294/jipd9171>

Конфликт интересов: о потенциальном конфликте интересов не сообщалось.

Conflict of interest: no potential conflict of interest related to this article was reported.

Поступила в редакцию: 20.06.2025

Received: 20.06.2025

Поступила после рецензирования: 19.07.2025

Revised: 19.07.2025

Принята к публикации: 20.08.2025

Accepted: 20.08.2025

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ


INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Пименова Мария Андреевна, преподаватель кафедры политических и социальных наук, Петрозаводский государственный университет, г. Петрозаводск, Россия

 [ORCID: 0009-0005-5405-9272](https://orcid.org/0009-0005-5405-9272)

Maria A. Pimenova, Lecturer at the Department of Political and Social Sciences, Petrozavodsk State University, Petrozavodsk, Russia

Бродкин Алексей Алексеевич, преподаватель кафедры политических и социальных наук, Петрозаводский государственный университет, г. Петрозаводск, Россия

 [ORCID: 0009-0009-5158-2358](https://orcid.org/0009-0009-5158-2358)

Alexey A. Brodtkin, Lecturer at the Department of Political and Social Sciences, Petrozavodsk State University, Petrozavodsk, Russia