

МЕДИАХОЛДИНГ  
**Регионы**  
**Р**ОССИИ

# ЛУЧШАЯ РОССИЯ

ГУМАНИТАРНЫЙ МЕДИАПРОЕКТ

# 1. ТЕКУЩАЯ СИТУАЦИЯ В СТРАНЕ

В обществе существуют два полюса в общественном сознании:

- ▶ Сторонники власти («патриоты»)
- ▶ Радикальные оппозиционеры («либералы»)

Однако большая часть населения долгое время была не политизирована и находилась между этими полюсами.

В начале 2021 года ситуация изменилась и у большинства нет шанса остаться не политизированными. Оппозиция активизировалась и ставит жёсткую моральную дилемму: или вы за «патриотов» – прошлое, зло или за «либералов» – будущее, добро.

При этом запал «крымской весны» заканчивается, действующая власть теряет свою притягательность.

У радикальной оппозиции появился исторический шанс нарастить аудиторию, в основном за счёт молодёжи.

## 2. ЭЛИТЫ

В силу своего положения представители элиты привыкли действовать осторожно и принимать взвешенные решения.

Их не устраивает радикальная риторика несистемной оппозиции. Но и существующие проблемы в стране не дают возможности полностью поддерживать действующий курс.

Их выбор – срединный путь, путь постепенных, ненасильственных действий.

Однако этот путь не обозначен в обществе чётко и поэтому не воспринимается людьми как возможный вариант развития страны.

У разных представителей элиты есть свои взгляды на будущее России, нет единого понимания путей её развитие. Но так или иначе – это срединный путь, «рациональный патриотизм».

### 3. ЛИДЕРЫ МНЕНИЙ, КАК БАЗА ДЛЯ ПРИВЛЕЧЕНИЯ АУДИТОРИИ

В современном общественном пространстве, особенно среди целевой аудитории (18-35 лет), большое значение имеют лидеры мнений (инфлюенсеры). Такие личности есть во всех сферах медиапространства. Они транслируют не только ценностные установки, но и формируют бытовые представления человека об окружающем мире. В последнее время большой популярностью стали пользоваться инфлюэнсеры из научной сферы: учёные, популяризаторы науки, специалисты в социальных науках.

Однако основная проблема массовой коммуникации для проектов сегодня – неумение работать с лидерами мнений. В нашем проекте мы будем задействовать «научных инфлюэнсеров» в рамках их профессиональной компетенции (интервью, лекции, семинары). Выступая в рамках проекта, они будут ассоциироваться с ним, формируя положительный образ общественной организации и привлекая свою лояльную аудиторию.

## 4. ЧТО НУЖНО ДЕЛАТЬ?

Элиты должны иметь возможность сформировать в обществе (особенно среди молодёжи) понимание необходимости плавного изменения ситуации в стране путём реформ, а не революции.

Чтобы донести свою позицию, необходимо объединиться на базе неполитизированной институции – гуманитарного проекта. Задача проекта – не давать конкретные решения (у всех они могут быть разными), а обозначить срединный путь умеренных реформ, как возможный при нынешней ситуации в стране.

## МИССИЯ

Расширение социального базиса реализованных/предстоящих преобразований в России на основе осмысления политической стратегии действующего главы государства, содействия достижению поставленных стратегических целей развития и консолидации национально ориентированной части прогрессивных общественных сил.

## 5. ПОЧЕМУ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ МИССИЯ?

Для целей нашего проекта нужно было подобрать вид деятельности, который отвечает нескольким критериям:

- ▶ тема актуальна для больших масс целевой аудитории;
- ▶ тема явно не политизирована и не требует выдвижения политических лозунгов;
- ▶ тема создаёт возможности для широкой общественной дискуссии;
- ▶ тема не исчерпана существующими организациями, медиа, общественными институтами.

Миссия массового образования молодого поколения выполняет сразу все указанные условия. Получение гуманитарного знания об устройстве общества и процессах, протекающих в нём актуально для аудитории 18-35 лет.

## 5. ПОЧЕМУ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ МИССИЯ?

В поисках объяснения существующей реальности молодое поколение активно осваивает основы социологии, психологии, юриспруденции, экономики. Особенной популярностью среди этой аудитории пользуются спикеры, которые с научной точки зрения, но при этом доступным языком, объясняют процессы, происходящие в обществе. Такого образовательного контента немного, и он пользуется популярностью.

Строго научных-популярный подход к гуманитарному знанию избавляет от необходимости манифестировать политические лозунги, что в нынешних условиях политизации молодёжи создаёт удобную базу для продвижения нужных концепций.

В России есть множество акторов, занимающихся просвещением и образованием. Однако в большинстве случаев главной задачей их состоит выделение из массы людей особо одарённых и их дальнейшее обучение (Сириус, Лидеры России).

Организаций, заявляющих главной целью массовое образование в сфере социальных наук в России, – практически нет.

## 6. ПОЧЕМУ НА БАЗЕ ОБЩЕСТВЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ Некоммерческое партнерство «РЕГИОНЫ XXI ВЕК»?

НП «Регионы XXI век» с 2007 года – это единая организационная структура, синергетически включающую в себя различные институты (медиа, общественное объединение, дискуссионные площадки и т.д.). В современном информационном обществе самым важным является именно коммуникация с людьми, из неё проистекает вся их активность. При этом форма общественной организации даёт возможность совместить все части разветвлённой системы (и онлайн, и офлайн).

НАБЛЮДАТЕЛЬНЫЙ СОВЕТ:

Председатель **Собянин С.С.**, мэр города Москва

**Тимченко В.С.**, депутат Государственной Думы, член Совета Федерации

**Симановский Л.Я.**, депутат Государственной Думы,  
заместитель председателя Комитета ГД по бюджету и налогам

**Носов С.К.**, губернатор Магаданской области

**Якушев В.В.**, полномочный представитель Президента Российской Федерации  
в Уральском федеральном округе

**Нак И.В.**, генеральный директор АО «Ямалтрансстрой»





## 7. КАК РАБОТАЕТ ПРОЕКТ?

### ▶ 1 УРОВЕНЬ

#### **НАБЛЮДАТЕЛЬНЫЙ СОВЕТ:**

непубличное объединение влиятельных единомышленников и прогрессистов, которое собирается узким кругом на регулярной основе для формирования единой стратегии действий.

Консолидация в рамках наблюдательного совета различных представителей элиты – сторонников «рационального патриотизма».

Выработка базовых тезисов срединного пути развития России. Формирование единой стратегии действия.

#### УСТРОЙСТВО СОВЕТА:

На заседаниях совета обсуждаются общественно-политические темы, вырабатываются идеологические подходы, которые затем транслируются посредством общественной организации и её ресурсов.

Результатом работы совета, также являются аналитические доклады, проекты реформ и иные документы внутреннего пользования.

В заседании участвуют приглашенные ученые и специалисты.

## 7. КАК РАБОТАЕТ ПРОЕКТ?

### ▶ 2 УРОВЕНЬ

#### **ИСПОЛНИТЕЛЬСКИЙ:**

Исполнительский: работа и раскрутка мультиплатформенного научно-популярного медиа **ФРОМ.ПРОСТРАНСТВО**

Внедрение идеи срединного пути («рационального патриотизма») в молодёжную повестку, современными медийными способами коммуникации.

В наследство от Советского Союза Россия получила научные школы по основным отраслям знания, кроме социального.

Сегодня, в публичном информационном поле, к научному подходу прибегают сторонники несистемной оппозиции, чем и привлекают интеллектуальную молодёжь. Однако они используют только те концепции и теории, которые совпадают с их политической программой. Последние несколько лет среди молодёжи растёт потребность в научном взгляде на устройство общества и государства. Сомнительные псевдонаучные концепции, которые были популярны в 2010-е, не отвечают высоким запросам образованной молодёжи, не дают нужных ответов.

## 7. КАК РАБОТАЕТ ПРОЕКТ?

### **ЗАДАЧИ:**

- ▶ Показать сложность и многообразие научных теорий в социальных науках. Рассказать об альтернативных научных концепциях.
- ▶ Привлечь внимание интеллектуальной молодёжи к научному подходу в изучении общества и государства.
- ▶ Простым и понятным молодёжи языком (в современных форматах) рассказать о том, как устроено общество, как работает государство.
- ▶ Сформировать понимание необходимости поступательного и плавного развития общества. В том числе многообразие путей развития локальных цивилизаций.

### **СПОСОБЫ КОММУНИКАЦИИ:**

Основные онлайн-площадки проекта: сайт, социальные сети, видеохостинги, мессенджеры.

Кроме онлайн-издания работа офлайн-площадок под общим брендом «Фром»: Фром.Лекторий, Фром.Школа, и т.д.

## 8. ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Внешний контур Проекта консолидации прогрессивной части истеблишмента носит непартийный, неполитический, идеологический, экспертно-аналитический, исследовательский, частно-общественный, содержательно-медийный характер. Внутреннее название Проекта – «Лучшая Россия» – апеллирует к его сверхзадаче: содействию трансформации российской экономической и политической действительности на основе концепции одновременного достижения целей стабильности и прогресса общества, социально-политическую теорию которой фактически предстоит развить экспертам организационно-идеологического ядра Проекта.