

ПРАВИТЕЛЬСТВО ВОЛОГОДСКОЙ ОБЛАСТИ
ВОЛОГОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ОТДЕЛЕНИЕ РОССИЙСКОГО ИСТОРИЧЕСКОГО ОБЩЕСТВА В ВОЛОГОДСКОЙ ОБЛАСТИ
ВОЛОГОДСКОЕ РЕГИОНАЛЬНОЕ ОТДЕЛЕНИЕ РОССИЙСКОГО ВОЕННО-ИСТОРИЧЕСКОГО
ОБЩЕСТВА
АНО «ВОЛОГОДСКОЕ РЕГИОНАЛЬНОЕ ИСТОРИЧЕСКОЕ ОБЩЕСТВО»

МЕЖДУНАРОДНАЯ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ
«РУССКИЙ СЕВЕР – ГЛОБАЛЬНЫЙ ЮГ: ПРОДВИЖЕНИЕ РОССИЙСКОЙ
ОБЩЕСТВЕННОЙ ДИПЛОМАТИИ»

Информационное письмо № 1

Уважаемые коллеги!

Приглашаем вас принять участие в международной научно-практической конференции «Русский Север – Глобальный Юг: Продвижение российской общественной дипломатии», которая будет проходить **19-21 марта 2026 года** в городе Вологде.

Планируется обсуждение широкого круга вопросов, связанных с определением путей и механизмов укрепления позиций России как центра общественной дипломатии и «мягкой силы» через выработку новых смыслов, нарративов и технологических решений для эффективного взаимодействия со странами Глобального Юга.

Задачи конференции

- Сформулировать актуальные «российские смыслы» и нарративы для международной аудитории.
- Получить критическую обратную связь от иностранных экспертов о восприятии России за рубежом.
- Разработать рекомендации по применению искусственного интеллекта в общественной дипломатии.
- Проанализировать и предложить пути развития российской общественной дипломатии на ключевых направлениях.
- Сформировать пакет детализированных, прикладных рекомендаций по итогам конференции.
- Сформировать авторитетную и узнаваемую площадку для регулярного диалога по вопросам «мягкой силы», общественной и культурной дипломатии.

Основные направления работы конференции:

1. Российские смыслы и нарративы для глобального запроса.
2. Взгляд извне. Брейнсторминг для иностранных гостей об образе России.
3. Искусственный интеллект на службе общественной дипломатии.
4. Россия, КНР и страны Азии – созидательный баланс.
5. Россия и Африка – недооцененный потенциал отношений.
6. Россия и ближнее зарубежье, от кризиса к новым перспективам.
7. Россия и Ближний Восток.

Место и формат проведения конференции

Конференция пройдет в смешанном (очно-дистанционном) формате.
Адрес проведения: г. Вологда, ул. Пушкинская, 25-А, ВК «Русский Дом».
Проезд и проживание за счет командирующей стороны.

Публикация материалов конференции

Прием заявок (приложение 1) осуществляется до **25 февраля 2026 года** на адрес электронной почты: kafvsehist@vogu35.ru. Заявка оформляется на каждого участника отдельным файлом в формате doc. и именуется кириллицей по фамилии и инициалам участника (например, Иванов И.И._заявка).

Тексты для публикации принимаются до **25 февраля 2026 года** на адрес электронной почты: kafvsehist@vogu35.ru. Материалы для публикации оформляются в соответствии с указанными требованиями (приложение 2) и также прикрепляются отдельным файлом (например, Иванов И.И._текст).

Доклады, включенные по решению оргкомитета в программу, будут опубликованы в сборнике материалов конференции и размещены в наукометрической базе Российского индекса научного цитирования (РИНЦ). Оргкомитет оставляет за собой право отбора и редактирования статей. Оргвзнос за публикацию не взимается.

Контактная информация

Председатель оргкомитета: *Ястреб Наталья Андреевна*, проректор по научной и инновационной деятельности Вологодского государственного университета, доктор философских наук, доцент, адрес электронной почты: iasrebna@vogu35.ru.

Сопредседатель оргкомитета: *Гулин Константин Анатольевич*, директор Института социальных и гуманитарных наук Вологодского государственного университета, доктор экономических наук, доцент, адрес электронной почты: gulinka@vogu35.ru.

Секретарь оргкомитета: *Лощанов Владислав Сергеевич*, специалист по учебно-методической работе 1-й категории кафедры всеобщей истории и мировой политики Вологодского государственного университета, адрес электронной почты: kafvsehist@vogu35.ru.

С глубоким уважением и наилучшими пожеланиями

Оргкомитет

ЗАЯВКА

на участие в Международной научно-практической конференции
 «Русский Север – Глобальный Юг: Продвижение российской общественной дипломатии»
 г. Вологда, 19–21 марта 2026 года

Фамилия, имя, отчество (полностью)	
Полное название организации	
Должность (с указанием подразделения / кафедры)	
Учёная степень	
Учёное звание	
Служебный адрес (с индексом)	
Домашний адрес (с индексом)	
Адрес электронной почты	
Контактный телефон	
Тема доклада (статьи)	
Форма участия: - очная - дистанционная	
Планируемые даты присутствия на конференции (при условии очного участия) (19, 20, 21 марта)	
Участие в культурной программе	Да / Нет
Необходимость официального вызова для оформления командировки (нужное отметить)	Да / Нет электронный вариант / распечатанный вариант

ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ ПУБЛИКАЦИИ

- общий объем (включая библиографию и метаданные) не должен быть более 20 тыс. знаков с пробелами;
- размер бумаги А4, ориентация книжная;
- поля: верхнее, нижнее, левое, правое – 2,0 см;
- шрифт Times New Roman; (если в иллюстрациях используются редкие шрифты, просьба прислать их отдельными файлами);
- кегль 14;
- межстрочный интервал – одинарный;
- абзацный отступ – стандартный 1,25 см;
- страницы не нумеруются, без колонтитулов;
- текст без переносов.

Оформление структурных частей

- ФИО на русском языке: кегль 14, *курсив*, **п/ж**, выравнивание по правому краю столбцов таблицы без границ;
- название на русском языке: кегль 14, прописные буквы, **п/ж**, выравнивание по центру таблицы без границ;
- ссылка на грант дается при русском названии статьи в форме первой постраничной сноски (10 кегль). Оформляется по требованиям РФФИ в следующей формулировке: Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 19-00-0900 «Электронный исторический словарь». *Фамилия руководителя гранта не указывается.*
- через пустую строку приводится аннотация (не более семи предложений) и список ключевых слов (не более пяти), далее через пустую строку – основной текст;
- после текста через пустую строку приводится список источников **Источники** (в него входят и словари, перечисляются в алфавитном порядке), кегль 12;
- через пустую строку приводится **Литература**, кегль 12;
- через пустую строку приводятся метаданные на русском языке (см. образец);

Оформление текста

- не допускается сжатие или разреживание текста (исключение могут составлять названия разделов);
- не допускается подчеркивание;
- в тексте строго различаются: **большое тире** (—), между словами, годами, веками, страницами – **обычное (малое) тире** без пробелов (*большой–маленький*, 1990–1995, XVI–XVII, с. 34–37), **дефис** (по правилам правописания сложных слов);
- обязательно использование неразрывного пробела (Shitt+Ctrl+пробел) в следующих случаях:
 - а) между инициалами и фамилией: Л.В. Щерба; отделяется пробелом только фамилия;
 - б) в сочетаниях числительного и существительного: XI век, 1380 г., в т. ч. в библиографии Т. 2, вып. 3, а также № 4;
 - в) в перечислениях после цифры или буквы с точкой или скобкой: 1) Текст; А. Текст.
- предполагается использование общепринятых сокращений: г., гг., в., вв., т. е., в т. ч., т. к., т. наз., др., под. и нек. др.;
- буква ё в тексте статьи **используется**, когда ее замена на е искажает смысл, а также в иллюстрациях — для сохранения орфографии источника);
- ударение в слове обозначается знаком ´ (0301 Alt + X);
- **примечания** (не ссылки на литературу) оформляются как обычные сноски внизу страницы (сноски автоматические, нумерованные; нумерация сквозная по всей статье). Размер сносок – 10 кегль, выравнивание по ширине, абзацный отступ – 0,5.

- иллюстративный материал в тексте статьи выделяется только *курсивом* без кавычек, анализируемые единицы внутри иллюстраций – **полужирным шрифтом** (подчеркивание не рекомендуется);
- значение языковых единиц печатается обычным шрифтом и заключается в кавычки ‘ ’;
- цитата из источника может оформляться курсивом без кавычек;
- сокращение текста показывается многоточием внутри ломаных скобок: <...>
- если цитата из источника более 3-х строк, ее можно оформить с новой строки, отступ слева 1 см, кегль 12;
- ссылки на источники даются в круглых скобках прямым шрифтом; полнота ссылки зависит от ее подачи в списке источников (Даль 4: 34) или (Даль: 34);
- название словаря в тексте заключается в кавычки или используется его шифр;
- для наиболее часто цитируемых словарей необходимо использовать принятые сокращения;
- ссылки на словари даются в круглых скобках, тома, выпуски даются арабскими цифрами, после номера тома или выпуска ставится двоеточие: (Сл XI–XVII 11: 18);
- словари входят в список источников, а не список литературы; исключение составляют вступительные статьи к словарям, если они цитируются в тексте статьи;
- цитаты заключаются в « », если внутри цитаты также есть цитата или название — они заключаются в “ ”;
- ссылки на литературу приводятся в тексте в квадратных скобках и включают фамилию автора (или первое слово в названии книги), год издания, номер тома / выпуска / части (после запятой) и номер страницы (после двоеточия): [Земская 1992: 13; Колесов 2014, 2: 89; Общий 1984: 62]. Номер тома / выпуска / части в ссылке не используется, если в списке литературы приводится только один том с указанием его выходных данных;
- если следом дается повторная ссылка на работу, указывается: [Там же] или [Там же: 7], если цитата на другой странице;

Оформление библиографических ссылок (образец)

- Богдан, Е. Н. Медиаобраз России как понятие теории журналистики / Е. Н. Богдан // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. – 2007. – № 4. – С. 122–127.
- Вайль, П. Гений места / П. Вайль. – Москва : Независимая газета, 1999. – 488 с.
- Русская грамматика. В 2 томах. Том 2. Синтаксис / главный редактор Н. Ю. Шведова. – Москва : Наука, 1982. – 714 с. [РГ 1980].
- Хадеев, М. Программисты поменяли интересы как ученые / М. Хадеев // Социология IT. – URL: www-nplus1-ru/news/2022 (дата обращения: 13.07.2025). – Текст : электронный.
- Range, S. Klicks, Quoten, Reizwörter: Nachrichten-Sites im Internet. Wie das Web den Journalismus verändert. Gutachten im Auftrag der Freidrich-Ebert-Stiftung / S. Range, R. Schweins. – Berlin, 2007. – 120 с.

Оформление метаданных

- Сведения об авторах на русском языке, кегль 12, отступ 1, 25, выравнивание по ширине. Приводятся после списка литературы.
- Фамилия имя отчество – ученая степень, название места работы без сокращений, почтовый адрес (город, улица, дом), должность; e-mail: автора.

РЕЧЬ ВОЛОГОДСКИХ ТОРГОВЦЕВ

Аннотация: Статья посвящена особенностям устного речевого общения «продавец – покупатель» в условиях непосредственного контактирования на месте торговли. Описываются лексические и грамматические средства, активно используемые субъектами общения. Установлена специфика и функции древнего ярмарочного средства – выкрика, который заметно сокращается в речевом общении, которое становится менее эмоциональным, не утрачивая своей выразительности. Более распространенным речевым приемом является диалог, который остается напряженным и динамичным за счет использования средств убедительности и манипуляции в обстановке горячей и энергичной дискуссии. В работе проводится сопоставление современной базарной речи с рыночным общением более ранних периодов.

Ключевые слова: Жанры и средства речевого общения, реклама на месте торговли, противопоставленные цели и речевые тактики субъектов рыночного общения.

Устная реклама на месте продажи – это реклама, содержание которой передается посредством устной коммуникации в процессе прямого контакта продавца и покупателя [4, с. 53]. Прямое общение продавца и покупателя, их непосредственное взаимодействие являются сильными актуализаторами речевой деятельности прежде всего продавца, но требуют и активной аналитической работы покупателя.

Литература

1. Бахтин, М. М. Проблема речевых жанров / М. М. Бахтин // Эстетика словесного творчества. – Москва, 1979. – С. 237–280.
2. Березовая, Л. Г. История мировой рекламы или старинные рецепты изготовления «бесплатного сыра» / Л. Г. Березовая. – Москва, 2008. – 671 с.
3. Винокур, Т. Г. Говорящий и слушающий / Т. Г. Винокур. – Москва: Наука, 2007. – 172 с.
4. Дейян, А. Стимулирование сбыта и реклама на месте продажи: перевод с французского / А. Дейян, А. и Л. Троадек. – Москва: Универс, 1994. – 190 с.
5. Имшинецкая, И. А. Креатив в рекламе / И. А. Имшинецкая. – Москва: РИП-холдинг, 2005. – 172 с.
6. Колесов, В. В. Язык города / В. В. Колесов. – Москва: Высшая школа, 1991. – 190 с.
7. Реклама: внушение и манипуляция; медиаориентированный подход: сборник / редактор-составитель Д. Я. Райгородский. – Москва, 2001 – 752 с.
8. Реклама: психология и психоанализ рекламы: личностно-ориентированный подход : сборник / редактор-составитель Д. Я. Райгородский. – Москва, 2007. – 720 с.
9. Судаков, Г. В. Эволюция устного речевого этикета в Московской Руси в 14–17 вв. / Г. В. Судаков // Вестник Томского государственного университета. – 2018. – № 429. – С. 51–57.
10. Шерстяных, И. В. Устная реклама на месте продажи: обоснование и интерпретация жанра / И. В. Шерстяных. АКД. – Иркутск, 2004. – 21 с.