

СМИ КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ ПОЛИТИКИ «МЯГКОЙ СИЛЫ»

В. Д. Таказов

Российский университет дружбы народов

К. С. Загоскина

Северо-Осетинский государственный университет

Поступила в редакцию 10 мая 2022 г.

Аннотация: в статье рассматриваются средства массовой информации как средство продвижения политики «мягкой силы» государств, их роль и эффективность в контексте повышения имиджа государства. Процесс информационно-психологического воздействия для формирования общественного мнения с помощью СМИ и контроль информационного ресурса рассматривается как неотъемлемая часть политики «мягкой силы». Автор отмечает, что сегодня СМИ являются «мягким» инструментом публичной дипломатии, но одновременно способны осуществлять «полумягкие» способы воздействия в контексте информационных войн.

Ключевые слова: «мягкая сила», СМИ, внешняя политика, информационная политика.

Abstract: the article considers the mass media as a tool to promote «soft power» policy, the role and effectiveness of the media in the context of improving the image of the state. The process of information-psychological influence for the formation of public opinion through the media and control of information resource is considered as an integral part of the policy of «soft power». The author notes that the media is a «soft» tool of public diplomacy today, but at the same time is able to carry out «semi-soft» ways of influence in the context of information wars.

Keywords: «soft power», mass media, foreign policy, information policy.

Идея новой теории влияния государства посредством невоенных методов — с помощью культуры и искусства, пропаганды системы ценностей — появилась в конце 1970-х гг. Автором концепции «мягкой силы» США является профессор Гарвардского университета Джозеф Най, определивший «мягкую силу» как способность добиваться желаемого на основе добровольного участия союзников, а не с помощью принуждения [1–2]. Ее ресурсами в мировой политике выступает все то, что «вдохновляет и привлекает» к источнику соответствующего воздействия, позволяя тому, кто его контролирует, добиваться желаемого результата. «Мягкая сила» как способность государства привлекать для сотрудничества различных акторов, может основываться и на призыве к другому государству следовать общему стандарту и здравому смыслу, при этом решение спорных вопросов будет преподноситься так, чтобы оно было приемлемо для другой стороны спора или конфликта. Иногда формирование предпочтений других может осуществляться путем использования ресурсов, обычно относимых к «жесткой силе»: сам факт наличия у государства могущественных вооруженных сил может стать фактором привлекательности государства. В свою очередь, успешная модель экономического разви-

тия и благосостояния населения способна повлиять на формирование желаний и стремлений повышения образа жизни путем сотрудничества.

Представляется важным определить базис (ресурс) «мягкой силы». В качестве основных ресурсов выступают культурный потенциал, идеологические ценности, символы государства, общественные ценности и поведенческие стандарты. Экспорт определенных ценностей, правил и норм поведения, которыми руководствуются государства при реализации как внутренней, так и внешней политики, придание им статуса общепринятых и универсальных, а также создание соответствующих международных институтов, имеет важнейшее и первостепенное значение для формирования могущественной «мягкой силы» [3, 67]. Основная же задача «мягкой силы» в рамках долгосрочной перспективы — формирование лояльной по отношению к государству, проводящему политику «мягкой силы», политической элиты и общества государства-объекта, преподнесение политических и/или экономических трансформаций в качестве прямого интереса и выгоды. Частично данный подход отражен в стратегии не прямых действий Дж. Лиддел-Гарта, который обращает внимание на то, что в XX в. происходит трансформация стратегии выбора инструментов непрямого воздействия на фоне развития каналов информационных коммуникаций, вследствие чего возрастает возможность влияния

на политические и экономические элиты тех стран, с которыми государство вступает в вооруженный конфликт [4].

В данном контексте важнейшим становится аспект публичной дипломатии, на которую в первую очередь возложены задачи по воздействию на правительства государств и формированию общественного мнения посредством развития межкультурного диалога, развития международных образовательных программ и, конечно же, вещание через СМИ.

Рост эффективности публичной дипломатии как комплекса мер по информированию зарубежной аудитории можно объяснить тем, что в него входит большее по сравнению с традиционными дипломатическими мерами в рамках информационной политики число внешнеполитических средств, при этом публичная дипломатия полностью отвечает запросу государства по реализации внешней политики государства и обеспечению его безопасности. Так, публичная дипломатия (*public diplomacy*) является одним из важнейших элементов в рамках наращивания потенциала «мягкой силы». В публичной дипломатии одним из ключевых инструментов является информационный ресурс и контроль над информационными потоками. Дж. Най, речь о котором шла выше, выделяет три направления публичной дипломатии в контексте «мягкой силы» США: ежедневное освещение американских внешнеполитических действий; фокусирование информационного потока в СМИ на обсуждении наиболее важных для США политических тем; развитие прямых контактов с иностранной аудиторией с помощью образовательных обменов, программ, научных стипендий и предоставления грантов [5].

Активное развитие публичной дипломатии на современном этапе можно объяснить внешнеполитической тенденцией, которая заключается в переходе ряда государств от глобализации как процесса формирования всемирной политической и экономической интеграции к формированию политических и экономических коалиций, где идеологическая составляющая имеет важнейшую роль. Контроль информационного ресурса и формирование новостной повестки в такой ситуации способствует продвижению собственной системы ценностей, трансформации национальных интересов и представлений у них среди населения различных возрастных групп. Следствием данных процессов становятся процессы формирования оппозиционных кругов в государстве-объекте публичной дипломатии, а также дальнейшая смена политической элиты и власти в государстве-объекте, что позволяет установить контроль над внутривнутриполитическими процессами.

С учетом вышесказанного предполагается, что обеспечение данных процессов является частью долгосрочной внешнеполитической стратегии, а значит, предполагается масштабное и системное ис-

пользование всех возможных информационных ресурсов и каналов. Таким образом, в их число войдут различные официальные лица, деятели культуры, образования, представители медиа — именно они и являются основой для осуществления политики «мягкой силы» в государстве и усилении гуманитарного присутствия.

Для того, чтобы понять роль СМИ как средства продвижения «мягкой силы», необходимо обозначить задачи государств в рамках повышения привлекательности и собственного имиджа. К ним относятся: укрепление государственного влияния и авторитета в конкретном государстве или регионе; распространение ценностей собственного государства в мире; развитие международного академического и образовательного обменов; популяризация собственного языка и культуры; обеспечение собственной «культурной безопасности» от распространения «мягкой силы» иных субъектов; создание условий для расширения экономического влияния и инвестиционного потенциала [6]. В данном контексте СМИ позволяют использовать различные позитивные и негативные коннотации с целью осветить то или иное событие с нужного угла, становясь таким образом средством интерпретации, в связи с чем при анализе конкретной медиаплатформы необходимо выводить критерии политической ангажированности. Однако в данном случае крайне сложно вывести единую объективную систему критериев оценки объективности СМИ. В контексте продвижения политики «мягкой силы» данный аспект является благоприятным обстоятельством для достижения целей. При этом с помощью СМИ становится возможным не только повышать собственный потенциал влияния, но и создавать негативный, а иногда и нелегитимный образ третьей стороны для уменьшения или полного подрыва ее влияния в том или ином регионе. В данном контексте важно отметить, что ключевым становится освещение внутривнутриполитической повестки в государстве-объекте в рамках установленных внешнеполитических задач. Освещение внутривнутриполитической ситуации в той или иной стране, например выборов в конкретном государстве, протестов, связанных с нарушениями выборных процедур, несогласия части населения с результатами выборной кампании или освещение иных протестов как социальной рефлексии на происходящие в стране изменения или события, может позволить выдавать аналитическую позицию ангажированных СМИ как позицию части общественности, поскольку в данном случае ключевую роль будет играть важнейшая специфика СМИ — массовость.

Еще одной ключевой особенностью в контексте продвижения «мягкой силы» становится развитие интернета и стирание временных границ для информационного потока. Сегодня новостной поток функционирует фактически круглосуточно, при этом обладает

высокой степенью доступности с учетом развития сетевых технологий. Данный фактор говорит о гибкости и пластичности публичной дипломатии и конкурентном преимуществе как средства повышения государственного имиджа. Медийные платформы, главным образом функционирующие в интернете, усиливают большое число значимых тенденций и процессов современной политике. К одной из таких тенденций можно отнести межгосударственное противоборство, которое переходит в цифровую информационную среду. Результатом данного процесса стали информационные войны и информационные конфликты. Таким образом, деятельность СМИ как проводника политики «мягкой силы» способна повлиять на изменение международной политики, что отражается на межгосударственных конфликтах, их природе и на способах их урегулирования. К важнейшим задачам по продвижению «мягкой силы» на современном этапе, реализация которых возложена на СМИ, можно отнести и конструирование идентичности того или иного государства в дискурсе СМИ [7]. Так, результатом информационной войны в рамках конфликта в Косово и Грузии в мировом общественном сознании стал сформированный образ России как государства-агрессора, где политика России рассматривается не как рефлексия на внешнеполитические вызовы, но как противоречащая коллективной системе безопасности. На основе данных кейсов можно сделать предположение о том, что формирование единого новостного дискурса с использованием негативных коннотаций сегодня становится частью информационной войны, что выходит за рамки «мягкой силы», поскольку привлекательность одной модели преподносится за счет дискредитации другой, при этом освещение СМИ и способность влиять на общественное мнение по отношению к международным политическим конфликтам уже выходит за рамки «мягких» средств, образуя некие «полужесткие» меры и способы влияния. Развитие научно-технического прогресса существенно способствовало расширению возможностей медиа влиять на общество, участвовать в формировании мнений, мировоззрения, образа жизни с учетом традиций или религии. СМИ напрямую становятся инструментом для осуществления трансформации обществ, влияя таким образом на развитие внутригосударственного кризиса, региональный или международный конфликт. Ярким примером трансформации общественного мнения становится кейс Украины 2014 г.: информационная кампания, которая была развернута в западных и украинских медиа, оказывала влияние на общественное мнение граждан Украины, в частности по таким вопросам, как сотрудничество с Россией, определение собственной идентичности и внешнеполитической ориентации страны, подъем патриотизма среди населения и консолидация последнего вокруг новой власти. Данный пример показывает,

что СМИ как инструмент «мягкой силы» в процессе увеличения возможностей для реализации публичной дипломатии сегодня приобретают гибридную специфику на фоне своей трансформации и участия в международных конфликтах. Сегодня СМИ представляют собой инструмент передачи информации посредством различных технических средств. Однако важнейшей особенностью технического обеспечения становится и коммуникационная возможность и налаживание инструментария обратной связи. Так, профессор И. Д. Фомичева определяет средства массовой коммуникации как способы, материальные носители, приспособления для фиксирования, хранения и распространения информации через массовую аудиторию и от нее [3]. Однако важно отметить тенденцию СМИ к преодолению классического восприятия издания или медиаплатформы как источника информации, действующего в одном направлении. Данную специфику можно объяснить тем, что в современном медиaprостранстве наблюдается существенная децентрализованность аудитории, наличие большого числа различных по типу информационных каналов, в числе которых печатные издания, радио, телевидение, глобальные сети, а также широкая и повсеместная доступность информации.

Развитие форумов, возможность оставлять комментарии при одновременном снижении уровня цензуры говорит о включении технологий средств массовой коммуникации в форму представления информации общественности. Данный аспект является важным в контексте обеспечения национальной безопасности государства, поскольку данный подход в рамках обеспечения и контроля информационного потока позволяет осуществлять деструктивную деятельность в государстве-объекте «мягкой силы», следствием чего становится рост протестного потенциала общества и социально-политический кризис. Фактически ангажированные СМИ, на которые возложено формирование политической повестки, становятся посредником между правительствами и социумом. Государственные органы через СМИ воздействуют на общественное мнение, объясняя и интерпретируя те или иные действия с целью оправдания политического курса и своих действий. Медийные источники становятся платформой для выражения общественного мнения и запроса, при этом СМИ как посредник не несут ответственности за выполнение и реализацию ни тех, ни других.

Таким образом, СМИ сегодня являются важнейшим инструментом достижения целей в рамках реализации политики «мягкой силы». СМИ выступают инструментом формирования общественного мнения путем обработки информационного ресурса государств и создания таким образом положительного имиджа собственного государства. Тем не менее сегодня СМИ способны оказывать влияние на перспективу изменения вооруженных столкновений — «жест-

кой силы». На основе известных событий в Косово, Грузии и на Украине можно увидеть, что в рамках формирования внутривластной повестки происходит трансформация СМИ и спектра возможностей публичной дипломатии и приобретение ими специфики «полужестких» мер и способов влияния. В первую очередь это связано с международными конфликтами между государствами или столкновением интересов в конкретно взятых регионах, когда выгоду приобретает актер-участник конфликта, владеющий информационными потоками. В данном контексте СМИ способны подрвать политический инвестиционный, культурно-мировоззренческий имидж противника.

Сегодня гибридная природа СМИ является вызовом для многих стран. Фактически невозможно добиться политического и экономического баланса в международной системе без контроля за информационными каналами коммуникации. Большая часть государств включает вопрос о программах развития публичной дипломатии в стратегии внешнеполитического развития своих стран («Концепция внешней политики Российской Федерации 2016 г.»; концепция «мирного развития» в Китае 2004 г. и др.). Все

это свидетельствует о стремлении государств к развитию собственных программ публичной дипломатии, а также о государственной рефлексии в рамках обеспечения собственной безопасности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Най Дж. С. Будущее власти / Дж. С. Най. — М., 2014.
2. Най Дж. С. Гибкая власть. Как добиться успеха в мировой политике / Дж. С. Най. — Новосибирск-Москва, 2006.
3. Фомичева И. Д. СМИ среди средств социальной коммуникации / И. Д. Фомичева // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. — 2012. — № 1. — С. 60–72.
4. Лиддел-Гарт Дж. Стратегия не прямых действий / Дж. Лиддел-Гарт. — М.: Издательство АСТ, 2014.
5. Трибрат В. «Мягкая безопасность» по Джозефу Наю / В. Трибрат // Международные процессы. — Режим доступа: <http://www.intertrends.ru/old/seventh/014.htm> (дата обращения: 12.05.2022).
6. Melissen J. The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations / J. Melissen. — London, 2005. — P. 22–23.
7. Проблемы конструирования идентичности россиян в дискурсе СМИ под влиянием концепта «информационная война»: монография. — М.; Екатеринбург, 2017. — 196 с.

Российский университет дружбы народов

Таказов В. Д., доктор филологических наук, профессор

E-mail: forum59@mail.ru

Северо-Осетинский государственный университет

Загоскина К. С., аспирант

E-mail: forum59@mail.ru

Peoples' Friendship University of Russia

Takazov V. D., Doctor of Philology, Professor

E-mail: forum59@mail.ru

North Ossetian State University

Zagoskina K. S., Postgraduate Student

E-mail: forum59@mail.ru