

Секция «Журналистика»

Новые медиа как инновационный механизм «мягкой силы» внешней политики США (на примере России)

Зуйкина Кристина Львовна

Аспирант

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Факультет журналистики, Москва, Россия
E-mail: chris-zu@yandex.ru

Современный американский политолог, бывший помощник Госсекретаря США и, позднее, министра обороны США, Джозеф Най (*Joseph Nye*) в 1990 году опубликовал книгу «Призвание к лидерству: меняющаяся природа американской мощи» (*Bound to Lead: the Changing Nature of American Power*), где впервые ввел понятие «мягкая сила» (*soft power*). Сам автор определяет это понятие как «способность влиять на других для достижения желаемого результата благодаря привлекательности и убеждению»[4]. И в отличие от «жесткой силы, или «жесткого» могущества», обусловленной способностью к принуждению посредством военной и экономической мощи страны, «мягкое могущество» возникает, когда «страна привлекает своей культурой, политическими идеалами и программами»[2].

В наступившем цифровом веке концепция «мягкой силы» приобретает новые возможности для реализации. Так, в последние годы стало особенно заметно внешнеполитическая деятельность США, направленная на распространение пролиберальных и оппозиционных взглядов в зарубежных странах через новые медиа и технологии. В мировой практике этот род деятельности получил свое название – «цифровая дипломатия» (*digital diplomacy*).

Цифровая дипломатия - это способ воздействия на зарубежную аудиторию через новые медиа и технологии: социальные сети, блоги, электронные журналы, мобильные телефоны, программы интерактивного радио и телевидения и другие. Также предусматривается мониторинг социальных сетей, что позволяет американскому руководству направлять внешнеполитические дискуссии в нужное для него русло, выстраивать диалог с мировой общественностью и производить оценку того, «что говорят о США».

Согласно докладу Фонда развития гражданского общества, пять из топ-20 лидеров российского интернет-рынка являются иностранными по происхождению. А 15 из 20 российских интернет-компаний активно инвестируются различными американскими фондами и корпорациями, что позволило во время протестов в нашей стране в 2011-2012 гг. практически без санкций в пространстве Рунета протестировать сетевые технологии, которые ранее использовались в арабских странах [1].

Учитывая возрастающий с каждым годом уровень пользования Интернетом - по данным Левада-центра: доля ежедневных российских пользователей Интернета достигла 59% в ноябре 2013 года (сравним с ноябрем 2012 года - 37%)[3], можно предположить, что программы цифровой дипломатии имеют возможность эффективного действия и распространения в России, особенно среди более молодых и образованных представителей российского общества.

Проекты, которые сегодня реализуются в сети для России, должны (исходя из целей цифровой дипломатии) способствовать формированию положительного образа Амери-

ки и позитивного восприятия основных американских ценностей – таких, как демократия, равноправие людей разных вероисповеданий и взглядов, толерантность и т.д.

Чтобы понять, насколько эффективно использование инструментов цифровой дипломатии США в России, мы провели социологическое исследование среди молодежи в Москве. В анкетировании принимали участие студенты, аспиранты, выпускники различных вузов и специальностей в возрасте от 18 до 30 лет. Методика исследования: опрос-анкетирование, использовались раздаточные и электронные анкеты. Объем выборки – 200 человек. Тип выборки – неслучайная, сформирована по принципу «снежного кома».

Результаты исследования показали:

- российская молодежь, зная относительно немного об американском «мягком» воздействии через новые медиа, достаточно часто пользуется инструментами «мягкой силы» – просматривает американские ролики в Интернете, подписывается на страницы Госдепартамента в социальных сетях, участвует в образовательных он-лайн программах;

- мнение молодежи относительно США и российско-американских отношений в большей степени формируют традиционные российские медиа или их интернет-версии, российские социальные сети, американская видеопродукция в Интернете, нежели чем ресурсы цифровой дипломатии в американских соцсетях, блогах, электронных журналах.

- среди новых информационных каналов цифровой дипломатии наибольшее воздействие на формирование образа США оказывает американская видеопродукция в Интернете.

Таким образом, результаты проведенного исследования дают основания предполагать, что на сегодняшний день «мягкая сила» американской внешней силы не оказывает сильного влияния на молодежь нашей страны. Тем не менее, новые медиа помогают решать ряд таких задач этой политики, как информирование зарубежной аудитории о деятельности американского руководства; формирование позитивного образа США и распространение американских ценностей за рубежом; взаимодействие с зарубежной аудиторией (участие модераторов и представителей американских властей в дискуссиях с пользователями в соцсетях).

Литература

1. Доклад «Рунет сегодня: исследование российского интернета» // URL: <http://civilfund.ru/mat/1>
2. Най Дж. «Мягкая» сила и американо-европейские отношения // «Свободная мысль-XXI», №10, 2004. – С. 35
3. Цели и конфиденциальность россиян в Интернете // Левада-центр // <http://www.levada.ru/11-11-2013/tseli-i-konfidentsialnost-rossiyan-v-internete>
4. Schweitzer M. Discourse on Power // URL: <http://postwarwatch.com/2012/06/23/joseph-s-nye-on-power/>