

Секция «Политические конфликты в цифровом обществе: тенденции развития и способы разрешения»

Стратегическая коммуникация в сетевом обществе

Научный руководитель – Мчедлова Мария Мирановна

Пархоменко Георгий Игоревич

Аспирант

Российский университет дружбы народов, Факультет гуманитарных и социальных наук,
Москва, Россия

E-mail: ge.par.d308@gmail.com

Понятие «Мягкая сила», сформулированное Джозефом Наем в книге «*Bound To Lead: The Changing Nature Of American Power*», несмотря на дискуссии по поводу этого концепта, прочно вошло в политический дискурс. В книге «*Soft Power. The means to success in world politics*» ученый выделяет аксиологический аспект «привлекательности» в качестве ведущего.

Наступившее вскоре после вторжения в Ирак разочарование в «мягком» курсе внешней политики повлекло за собой концептуализацию нового понятия, «smart power» - комбинации «мягкой» и «жесткой» силы. [6]. Таким образом, и без того размытые границы между двумя понятиями стали вовсе неразличимы, что ставит под вопрос саму целесообразность их использования.

Тем не менее, поскольку в России данный термин зафиксирован в официальном документе «Об утверждении Концепции внешней политики Российской Федерации», прежде всего, необходимо разобраться в том, что вкладывается в это понятие именно в этом контексте: «Неотъемлемой составляющей современной международной политики становится использование для решения внешнеполитических задач инструментов "мягкой силы", прежде всего возможностей гражданского общества, информационно-коммуникационных, гуманитарных и других методов и технологий, в дополнение к традиционным дипломатическим методам.

Интерпретация «мягкой силы» в данном ключе сближает ее с другим родственным понятием - «стратегическая коммуникация», которое К. Халлахан и его коллеги в программной статье «*Defining Strategic Communication*» определяют, как «целенаправленное использование коммуникации для достижения поставленной цели» [5].

Необходимым условием для этого, как отмечает М.М. Лебедева в статье «*Мягкая сила: понятие и подходы*», являются доверительные отношения между субъектами международных отношений. В противном случае любое сообщение, каким бы конструктивным оно ни было, либо не найдёт отклика, либо приведёт к негативному восприятию. Создание же такой привлекательности представляет собой конструирование у адресата определенной интерпретации реальности.

Одной из неотъемлемых частей «стратегической коммуникации» стала так называемая «цифровая дипломатия» - «... новая область, в которой правительства напрямую взаимодействуют с общественностью за рубежом с помощью социальных сетей» [8]. Причины возникновения и распространения такой практики очевидны - повсеместное распространение коммуникационных технологий, удобность, низкая стоимость, оперативность. Появление *технической* возможности связаться с кем угодно в любое время дня и ночи впервые в истории, естественным образом, повлекло тектонические изменения в том числе и в сфере международных отношений. Методам «цифровой дипломатии» принято приписывать совершенно чудодейственные свойства, заявляя, что они «позволяют стирать национальные

границы и оказывать глобальное влияние на все сферы жизни общества того или иного государства» [4].

В то же время в практическом отношении все далеко не так просто: коммуникативный акт, которым является трансляция ценностных установок, предполагает некоторую степень кооперации. В первую очередь это означает, что участники трезво оценивают способности друг друга к восприятию сообщения, а так же отдают себе отчет в том, насколько эта информация актуальна. Иными словами, обе стороны должны быть уверены в том, что, обратив свое внимание и приложив определенные усилия к восприятию сообщения, они получат существенную, актуальную информацию.

Таким образом, для восприятия инструментов «мягкой силы» необходимо их соответствие текущей повестке дня других субъектов взаимодействия, а так же их ценностям. Кроме того, существуют и другие факторы, препятствующие проекции «мягкой силы». В частности, это касается «новых» технологий (на момент написания статьи уже выросло целое поколение, для которых они - безусловная данность). Действительно, эти технологии позволяют обращаться к общественности напрямую, минуя «посредника» в лице государственных институтов. Однако, наличие канала коммуникации еще не определяет ее эффективность.

В первую очередь это обусловлено тем, что, те же технологии, которые позволили возникновение самого понятия «цифровой дипломатии», привели к сетевизации общества: «Страны, как и люди, объединяются в "социальные сети"» [2]. Этот процесс характеризуется дифференциацией и фрагментацией целевых аудиторий.

Из этого вытекает фундаментальная проблема проекции «мягкой силы» в сетевом обществе - эффект «эхо-камеры». Он заключается в том, что пользователи получают предложенный контент на основе той активности, которую они проявили. Таким образом, источники негативных стимулов, которые не соответствуют убеждениям пользователя, «вымываются» из его поля зрения, оставляя «информационный пузырь» из данных, которые соответствуют личным стереотипам и предрассудкам.

Существует и иная точка зрения, которая приписывает возникновения эффекта «эхо-камеры» сугубо социальным процессам [3]. Вне зависимости от источника возникновения, данный феномен затрудняет объективное восприятие информации, особенно противоположной точки зрения. Данное утверждение подтверждается как эмпирическими данными, так и результатами математического моделирования, проведенного исследователями из Нагойского университета, которые свидетельствуют о том, что группы пользователей стремятся к объединению, со временем все больше изолируясь друг от друга [7].

Это важно учитывать, потому что большинство современных пользователей получают новости из социальных сетей, алгоритмы работы которых способствуют поляризации общественного мнения, поскольку только усиливают уже сложившиеся взгляды, а не формируют новые [7].

Таким образом, необходимо понимать, что именно можно достичь с помощью стратегической коммуникации. «Мягкая сила» в том понимании, которое мы используем в данной статье, служит для того, чтобы создать наиболее благоприятные общественные и политические условия для принятия конкретных предложений.

Источники и литература

- 1) Лебедева М.М. «Мягкая сила»: понятие и подходы // Вестник МГИМО-Университета. 2017. 3(54). С. 212-223
- 2) Москвин Л.Б. Сетевизация общества: социально-экономический и политический аспекты // Социально-гуманитарные знания. 2018. № 3. С. 47-59

- 3) Русаков А.Ю. Эхо-камеры в современной массовой культуре // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета культуры и искусств. 2019. №2, С.11-16.
- 4) Шамугия И.Ш. Понятие «публичная дипломатия» в теории международных отношений // Актуальные проблемы современных международных отношений. 2017. №10, С. 136-142.
- 5) Hallahan K., Holtzhausen D., van Ruler B., Verčič D., Sriramesh K. 'Defining Strategic Communication' // International Journal of Strategic Communication, VOL. 1, NO. 1, p. 3 – 35
- 6) Nye J.S. "Get Smart: Combining Hard and Soft Power." Foreign Affairs 88, no. 4 (2009): 160-63.
- 7) Sasahara K., Chen W., Peng H., Ciampaglia G. L., Flammini A., Menczer F. On the Inevitability of Online Echo Chambers. Режим доступа: <https://arxiv.org/pdf/1905.03919.pdf> Дата обращения 11.02.2022
- 8) Цифровая дипломатия вчера и сегодня // РСМД. Режим доступа: <https://russiancouncil.ru/analytics-and-comments/columns/digitaldiplomacy/tsifrovaya-diplomatiya-vchera-i-segodnya/> Дата обращения: 10.02.2022.