

УДК 327.88

*Бурлаков В.А.
Burlakov V.A.*

Стратегическая коммуникация как метод современной геополитики

Strategic communication as a method of modern geopolitics

Традиционная геополитика основное внимание уделяла рассмотрению значения силовых факторов. Несиловые факторы или рассматривались в качестве вспомогательных, или не рассматривались вообще. Однако в современной системе международных политических отношений значение идей и способов их трансляции возрастает. Формирование у объекта воздействия желаемого информационного образа становится важной функцией внешней политики государства. Важным методом такого воздействия является стратегическая коммуникация. В данной статье рассматривается проблема возможности применения стратегической коммуникации в геополитике. В качестве примеров рассматриваются особенности осуществления стратегической коммуникации в США и Китае.

Ключевые слова: *стратегическая коммуникация, геополитика, Китай, Соединённые Штаты Америки*



Traditional geopolitics focused on the consideration of the power factor value. Non-power factors either considered as secondary or not considered at all. However, in the modern system of international political relations the value of ideas and methods of its translation increases. Formation at an object of impacts the desired information image becomes an important function of foreign policy. Strategic communication is an important method of an impact. This article reviews the problem of the possibility of using strategic communication in geopolitics. The features of the implementation of strategic communication in the United States and China are reviewed in the article as examples.

Key words: *strategic communication, geopolitics, China, United States of America.*

С начала XXI века понятие «стратегическая коммуникация» (strategic communication, или сокращённо stratcom – СК) становится популярным в научной среде. Кроме того, оно занимает прочное место и в официальных документах правительства США, что само по себе симулирует интерес к данной проблеме. Хотя сегодня СК в той или иной форме нашла своё применение во многих областях человеческой деятельности, изначально данным термином обозначался специфический инструмент обеспечения внешней политики государства. В силу этого вполне оправданно говорить о возможности использования методов СК и в геополитике.

Однако внешнеполитическая направленность стратегической коммуникации не делает её автоматически инструментом геополитики. Более того, принципы и подходы СК имеют универсальный характер.

БУРЛАКОВ Виктор Алексеевич, к.полит.н., доцент кафедры журналистики и издательского бизнеса Дальневосточного федерального университета (г. Владивосток).
E-mail: viktor_burlakov@mail.ru

Недаром можно наблюдать достаточно широкое их применение в экономической сфере. Ориентируясь на достижение долгосрочных целей, многие компании включают в свой арсенал инструментарий СК. В этой связи проблему, которая ставится в данной статье, можно сформулировать достаточно широко, во-первых, в какой мере стратегическую коммуникацию можно рассматривать в качестве метода современной геополитики, и, во-вторых, какие механизмы начинают работать в данном случае.

Рассуждение, вероятно, следует начать с определения геополитики, так как значительное количество подходов к пониманию данной науки существенно размывает её содержание. Автор исходит из понимания геополитики, как отрасли политической науки, изучающей закономерности преломления в географическом пространстве отношений «господства – подчинения» или, более широко, властных отношений.

Базовую схему подобного преломления можно описать следующим образом. Властный центр, представленный в виде политической элиты и локализованный на достаточно ограниченной территории, создаёт такую инфраструктурную систему, которая позволяет оперативно перенести властный ресурс любой периферийный район и, в принципе, на любое расстояние. Целью данного переноса является необходимость постоянной легитимации собственного властного положения. Этим обеспечивается действенный контроль над прилегающими территориями [1]. При этом, хотя государственные границы и ограничивают возможности властной инфраструктуры, в целом таковая имеет трансграничный характер.

Следуя логике А.А. Дегтярева [3, с. 108], можно выделить три вида властного ресурса: институциональный (объединяющий все силовые способы реализации власти), материальный (подразумевающий все материальные ресурсы общества, необходимые для реализации власти) и культурный (подразумевающий господствующую в обществе систему ценностей, задающую основные «правила игры»). При этом властный ресурс может иметь как материальное, так и нематериальное выражение. В первом случае он проявляется в виде каких-либо конкретных вещей (армия, материальные ценности, носители культурных ценностей и т.д.), которые возможно перенести только при помощи каких-либо транспортных средств по заданной территории. Во втором случае предполагается транслирование определённых смысловых знаков и символов при помощи специальных каналов связи (телевидение, радио, Интернет, телефонные линии и т.д.).

В рамках данной схемы инструментальную стратегическую коммуникацию можно идентифицировать как составную часть культурного властного ресурса.

Споры о сущности понятия СК и рамках использования данной концепции касаются в первую очередь сферы деятельности экономических субъектов.

При трактовке внешнеполитического измерения стратегической коммуникации исследователи достаточно единодушны во мнении, что в «самом общем плане стратегическая коммуникация – это проецирование государством в сознание национальных и зарубежных целевых аудиторий определённых стратегических ценностей, интересов и целей путём адекватной синхронизации разносторонней деятельности во всех областях общественной жизни с её профессиональным коммуникационным сопровождением» [6]. При этом СК понимается и как набор действий по формированию у целевой аудитории необходимых представлений и как совокупность самих этих представлений.

Цели стратегической коммуникации формулируются достаточно предметно. Так, колумнист Ричард Халлоран полагает, что СК – это, прежде всего, «способу бедить других людей принять ваши идеи, политику или действия, что означает:

- ◆ убедить союзников и друзей остаться с вами,
- ◆ убедить нейтралов занять вашу сторону (или, по крайней мере, остаться нейтральными),
- ◆ а, в лучшем из миров, убедить противников, что у вас есть силы и воля к доминированию» [11].

Ещё более наглядно операциональные цели стратегической коммуникации были прописаны в пространном документе, составленном сотрудниками Межвидового командования Вооружённых сил США: «Стратегическая коммуникация представляет собой систему долговременных и согласованных действий, реализуемую на стратегическом, оперативном и тактическом уровнях, которая позволяет выявить целевые аудитории, определить эффективные каналы воздействия на них для того, чтобы обеспечить требуемое устойчивое поведение этих аудиторий» [10].

Стратегическая коммуникация осуществляется в трёх основных формах: связи с общественностью, публичная дипломатия и информационная операция. При этом подчёркивается важность синхронизации действий по данным направлениям.

Исследуя проблемы применения концепции стратегической коммуникации во внешней политике США, Е.Н. Пашенцев [8, с. 112–113] указывает, что составные части СК имеют свои особенности. Так, связи с общественностью ориентированы, прежде всего, на информирование иностранного реципиента и должны в значительной степени соответствовать его базовым мировоззренческим установкам, иными словами, говорить с ним на одном языке понятий и символов.

Существенным дополнением связей с общественностью должна стать публичная дипломатия, включающая «усилия по прямому взаимодействию с гражданами, общественными деятелями, журналистами и другими лидерами общественного мнения за пределами страны» [8, с. 112]. Специфика данного направления стратегической коммуникации состоит в том, что воздействие осуществляется точно, в отношении конкретных лиц. Неформальный характер публичной дипломатии значительно упрощает процесс взаимодействия с гражданами другого государства.

Третьей формой стратегической коммуникации являются информационные операции, под которыми подразумеваются «интегрированное использование радиоэлектронной войны, компьютерных сетевых операций, психологических операций, военного обмана и оперативной безопасности, включая их сопутствующие и прикладные аспекты, с целью повлиять, разрушить, испортить или перехватить процесс человеческого или автоматизированного принятия решения противником...» [8, с. 112–113].

С геополитической точки зрения важно обратить внимание на то, что концепция стратегической коммуникации подразумевает: наличие неких властных импульсов, представленных в виде чётких смыслов, которые необходимо донести до определённой группы населения (целевой аудитории); определённое физическое присутствие на территории, на которую направлено властное воздействие; и формирование специфической коммуникационной инфраструктуры, способствующей распространению властных импульсов и отслеживанию обратной связи.

Стратегическая коммуникация призвана обеспечить политику государства за пределами национальных границ. Основным объектом воздействия является определённая целевая аудитория. В роли таковой

выступает, прежде всего, политическая (шире – экономическая, научная, культурная и т.д.) элита того государства, в отношении которого предпринимаются соответствующие действия.

Результатом воздействия является формирование у целевой аудитории такой системы устойчивых представлений о действиях другого государства, которые бы полностью оправдывали данные действия. Тем самым обеспечивается лояльность политической элиты государства, на которое направлено данное воздействие, а, следовательно, и формирование действенной системы геополитического контроля над заданной территорией.

Безусловно, концепция стратегической коммуникации уязвима для критики. Так, российский исследователь Д.П. Гавра указывает, что хотя в её основу заложены универсальные положения, позволяющие выделять различные уровни СК (от локального до глобального), следует все же понимать различия между внутренними и внешними коммуникациями. Внутренние преследуют цель поддержания стабильности отношений путём вовлечения реципиентов в процесс коммуникативного обмена. Внешние направлены, прежде всего, на конкурентов или потенциальных противников, а потому предполагают однонаправленное воздействие. Обратная связь в данном случае необходима лишь для оценки результата коммуникативного воздействия. В этом случае методы внешней и внутренней СК существенно различаются и не могут быть взаимозаменяемы [2, с. 233].

Другой исследователь П. Колесов указывает на слабую концептуальную проработанность самого понятия «стратегическая коммуникация». Используемые, прежде всего, в американской научной литературе и официальных документах, посвящённых данной проблеме, подходы указывают на практическую тождественность таких понятий, как «информационные войны», «информационные операции», «стратегическая коммуникация» и т.д. На основании этого делается предположение о существовании так называемых «отвлекающих терминов», призванных закамуфлировать основные приёмы внешнего информационного воздействия [4, с. 9].

Резюмируя, можно заметить очень важную функцию стратегических коммуникаций. Она состоит в том, чтобы сформировать у политической элиты (шире – экономической и интеллектуальной элиты) государства, на которое оказывается воздействие, во-первых, устойчивый положительный образ того, кто оказывает воздействие, во-вторых, устойчивую систему культурных ценностей адекватную той, которая господствует в стране, осуществляющей СК.

Устойчивый положительный образ снижает уровень сопротивляемости объекта воздействия. Действительно, зачем противостоять тому, кто постоянно декларирует о своих благих намерениях и находит достаточно убедительные аргументы, объясняющие даже неблагоприятные действия.

Устойчивая система новых ценностей неизбежно будет влиять и на систему национальных интересов. Именно политическая элита артикулирует интересы, которые после легитимации приобретают характер национальных, то есть тех, которые признаются жизненно важными для всего государства в целом. Культурные ценности при этом выступают в качестве важнейшего критерия, в соответствии с которым происходит формулирование интересов. Интересы не могут быть национальными, если в корне противоречат заложенным в обществе культурным ценностям. Корректируя систему ценностей, можно корректировать систему интересов.

Таким образом с помощью СК реализуется культурный вид властного ресурса, то есть формируется такая идео-культурная среда, которая позволяет легитимировать совершенно различные идеологические конструкции. Было бы ошибкой думать, что стратегическая коммуникация является единственным и универсальным методом геополитики. СК призвано выполнять ограниченные, но вполне конкретные функции в рамках внешнеполитических действий государства. Однако СК конкретизирует несиловой арсенал геополитики и позволяет расширить сферы воздействия.

Классическая геополитика в целом игнорировала значение несиловых факторов. В незначительной мере анализировались вопросы культуры или политической системы того или иного государства. Всегда при этом данные вопросы увязывались с типом внешней политики и особенностями формирования национального интереса. Как правило, совокупность культурных паттернов, присущих тому или иному народу, рассматривались в качестве изначально заданных и слабо изменяемых сущностей. Возможность воздействия на них даже не рассматривалась.

На рубеже веков популярность в западном научном мире начало приобретать новое направление геополитики, получившее название «критической». Сегодня данное направление ассоциируется с именами Джерарда О'Туатэйла (Дж. Тоала), Джона Эгнью и Саймона Дэлби. Авторы, с одной стороны, продолжили ревизионистскую традицию французского геополитика Ива Лакоста, отличающуюся строгим научным подходом, а, с другой, вобрали в себя идеи постмодернизма, ориентированного на деструктуризацию научного знания. Это позволило в значительной степени расширить предмет геополитики. Ограничиваться только вопросами влияния географического пространства на политику теперь стало просто невозможно.

В рамках нашего исследования принципиальным является положение «критической геополитики» о социальной конструируемости пространства. Это значит, что оно перестало быть объективным, а превратилось в набор субъективных образов, подверженных постоянному изменению. Ключевым компонентом конструирования пространства в этом случае должна стать коммуникация [9, с. 270]. Тем самым средства массовой коммуникации превращаются в своеобразные инструменты геополитики.

В рамках «критической геополитики» концепция стратегической коммуникации пока не нашла своего осмысления. Однако можно предположить, что в целом СК укладывается в логику нового понимания данной науки.

Концепция стратегической коммуникации находит своё отражение и в практической политике. Пионерами в данной сфере являются Соединённые Штаты Америки. Основные приёмы начали апробироваться в начале XXI века в Афганистане. С тех пор был накоплен внушительный багаж теоретических и практических обобщений по применению СК. В США был выпущен целый комплекс официальных документов, описывающих основные подходы и приёмы стратегической коммуникации. Кроме того, в ключевых правительственных ведомствах (министерстве обороны и государственном департаменте) были созданы специальные управления, призванные осуществлять руководство в данной сфере.

Однако стратегическая коммуникация остаётся для США пока малоэффективным и высокочатратным инструментом внешней политики. Исследователи называют несколько основных причин. Во-первых, достаточно высокий уровень негативного восприятия США в мире. Страна до сих пор ассоциируется с такими стереотипами, как «держава-агрес-

сор», «внешняя угроза», «опора реакции». Иногда это дополняется региональными особенностями [8, с. 114].

Во-вторых, при выработке и проведении стратегической коммуникации в США прослеживается межведомственная несогласованность. Ответственным за СК является Государственный департамент. Однако он тяготеет, прежде всего, к такой форме коммуникации, как общественная дипломатия. Тогда как министерство обороны специализируется на информационных операциях. В силу этого смысловое наполнение этих сфер СК остаётся различным, что существенно снижает уровень эффективности коммуникационного воздействия.

В-третьих, слабо проработанным остаётся основное послание, которое Соединённые Штаты хотят донести до целевой аудитории. Ориентация на краткосрочные интересы, злоупотребление двойными стандартами, прикрытие методами стратегической коммуникации явно неблагоприятных действий существенно снижают степень доверия ко всему, что исходит от правительства США¹.

Однако решающим, вероятно, является то обстоятельство, что в целом правительственные круги США ориентированы на использование традиционных геополитических методов, где доминируют силовое принуждение и материальная поддержка [7].

Другим государством, активно осваивающим основы стратегической коммуникации, является Китай. В последнее десятилетие в стране проявляется повышенное внимание к проблемам СК, быстро растёт число публикаций на тему информационного противоборства и внешнеполитической пропаганды. В практической сфере наметился процесс переориентации деятельности институтов внешней и внутренней пропаганды на те формы связей с общественностью, которые в большей степени отвечают требованиям времени.

В последнее время Китай активно расширяет сферу своего международного сотрудничества, выходя за рамки традиционного для страны региона Восточной Азии и проводя активную внешнюю политику по всему миру. Ярко выраженные экономические интересы Китай проявляет в таких регионах планеты, как Африка, Латинская Америка и Центральная Азия. Обеспечить реализацию интересов призвана китайская дипломатия.

В таких условиях концепция стратегической коммуникации становится наиболее удачным механизмом, поддерживающим дипломатические усилия государства.

Интересно отметить, что основными разработчиками теоретической базы применения СК называются Академия военных наук Народно-освободительной армии Китая (НОАК), Политический институт НОАК и ряд учебных и исследовательско-аналитических структур министерств обороны и общественной безопасности [6, с. 81]. Однако в силу закрытости информации о деятельности правительственных и партийных учреждений Китая сказать однозначно, кто именно отвечает за разработку и реализацию СК, крайне сложно.

В отличие от США стратегическая коммуникация Китая отличается большей согласованностью и ориентацией на долгосрочные цели. При

¹ Хорошей иллюстрацией к данному утверждению стала публикация 4 апреля 2016 г. так называемых «панамских документов», раскрывающих деятельность ряда видных политиков и общественных деятелей по уходу от налогов через офшорные зоны. Способ подачи документов, основные действующие лица, перечисленные в документах, а также реакция на данный информационный массив официальных органов США изначально вызвал ряд подозрений. Впоследствии всплыла информация о причастности к данной утечке американского Агентства по международному развитию и Фондом Сороса. В результате стала популярной идея о том, что при помощи данной утечки США пытаются оказать давление на истеблишмент Западной Европы и Южной Америки.

реализации внешней политики в новых для страны регионах Китай в меньшей степени ориентирован на силовые методы и видит в концепции СК удачную альтернативу обоснования своего присутствия.

Достаточно проработанной представляется и основная идея, которую Китай хотел бы донести до своих контрагентов. Во-первых, чётко проводится мысль об естественности и взаимовыгодности экономического сотрудничества. Во-вторых, китайская экономическая модель, демонстрирующая значительные успехи, позиционируется в качестве альтернативы неолиберальным подходам, которые навязываются современным развивающимся странам. И, в-третьих, Китай постоянно подчёркивает, что не стремится ни к какой форме гегемонии ни на региональном, ни, тем более, на мировом уровне [5, с. 393–394].

Значительные усилия Китай прилагает и в сфере общественной дипломатии. Основными структурами здесь становятся институты Конфуция, которые министерство образования Китая открывает во многих странах мира.

Слабой стороной китайских СК остаются информационное обеспечение и информационные операции. Связям с общественностью, особенно с иностранной общественностью, уделяется недостаточно внимания. Прослеживается косность и идеологическая зашоренность в подаче информации. Также Китай может организовать сложную, но в тоже время удачную хакерскую атаку (технические возможности позволяют стране это сделать), но организовать и провести полноценную информационную операцию на данный момент не в состоянии.

В то же время важно отметить, что основные усилия в стратегической коммуникации Китай ориентирует на страны Африки, Латинской Америки и Центральной Азии. Подходы приемлемые для этих регионов, совершенно не срабатывают в Восточной Азии, регионе со сложившейся системой партнёрских и антагонистических отношений.

Примеры стратегических коммуникаций США и Китая хорошо иллюстрируют важную особенность. Успех целенаправленного воздействия можно обеспечить только в том случае, если вслед за чётко выраженными и непротиворечивыми посланиями будут осуществляться конкретные действия, не опровергающие сложившиеся установки и представления. На данный момент ни Соединённым Штатам Америки, ни Китаю при помощи СК не удаётся установить полноценного геополитического контроля над другими странами. Максимальный успех, как правило, состоит в изменении у части населения страны представлений о США и Китае в лучшую для них сторону. Однако полноценного влияния на процесс принятия решений достичь не удаётся.

Таким образом, подводя итог, можно сделать ряд важных выводов. Во-первых, концепция стратегической коммуникации перестаёт быть сугубо теоретической конструкцией. СК стали действенной технологией формирования устойчивых предпочтений.

Во-вторых, использование СК во внешней политике чётко укладывается в логику геополитической науки. Борьба должна вестись не только за обладание материальными ресурсами, но и за возможность влияния на мировоззрение людей, их убеждения и культурные ценности.

И, в-третьих, можно констатировать, что эффективность внешнеполитической стратегической коммуникации определяется её встроенностью в ту геополитическую линию, которую осуществляет данное государство. В рамках геополитики СК способны транслировать культурный властный ресурс, но если он не поддерживается другими видами властных ресурсов (институциональным и материальным), то ожидать успеха намеченных действий не представляется возможным.

Литература

1. Бурлаков В.А. Проблема определения предмета и места геополитики в современной российской политической науке // *Полития: Анализ. Хроника. Прогноз* (журнал политической философии и социологии политики), 2008. № 2. С. 114–125.
2. Гавра Д.П. Категория стратегической коммуникации: современное понимание и базовые характеристики. // *Век информации*. 2015, № 3(4). С. 229–233.
3. Дегтярев А. А. Политическая власть как регулятивный механизм социального общения. // *Полис. Политические исследования*. 1996. № 3. С. 108–120.
4. Колесов П. Ведение Соединёнными Штатами информационных войн. Концепция «Стратегических коммуникаций». // *Зарубежное военное обозрение*. 2010, № 6. С. 9–14.
5. Лобанова Т.Н. Стратегическая коммуникация Китая в рамках БРИКС. // *Государственное управление. Электронный вестник*. 2014, № 47. С. 390–401.
6. Пашенцев Е.Н. Стратегическая коммуникация Китая в Латинской Америке и ее интерпретация в США // *Государственное управление. Электронный вестник*. 2013. № 36. С. 80–98.
7. Пашенцев Е.Н. Стратегическая коммуникация США: «Имперское перенапряжение сил» // *Мир и политика* [Электронный ресурс]. URL: <http://ch.bief2015.com/1317-strategicheskaya-kommunikaciya-ssha-imperskoe-perenapryazhenie-sil.html> (дата обращения: 11.06.2016 г.)
8. Пашенцев Е.Н. Стратегическая коммуникация США: проблемы нарастают. // *Вестник Московского городского педагогического университета. Серия: исторические науки*. 2012, № 2 (10). С. 111–118.
9. Русанова М.И. Критический сдвиг в исследовательской парадигме геополитики: геополитика как наука, способствующая созданию империй. // *Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук*. 2013, № 7–2. С. 270–273.
10. Commander's Handbook for Strategic Communication and Communication Strategy Version 3.0. US Joint Forces Command Joint Warfighting Center. 24 June 2010 [Электронный ресурс]. URL: http://www.dtic.mil/doctrine/doctrine/jwfc/sc_hbk10.pdf (дата обращения: 11.06.2016 г.)
11. Robert W. Grupp. "Strategic Communication" Defined. Posted Jan 1, 2013. [Электронный ресурс]. URL: <http://thescli.org/strategic-communications-defined/> (дата обращения: 11.06.2016 г.)

Транслитерация по ГОСТ 7.79–2000 Система Б

1. Burlakov V.A. Problema opredeleniya predmeta i mesta geopolitiki v sovremennoj rossijskoj politicheskoj nauke // *Politiya: Analiz. KHronika. Prognoz* (zhurnal politicheskoj filosofii i sotsiologii politiki), 2008. № 2. S. 114–125.
2. Gavra D.P. Kategoriya strategicheskoy kommunikatsii: sovremennoe ponimanie i bazovye kharakteristiki. // *Vek informatsii*. 2015, № 3(4). S. 229–233.
3. Degtyarev A. A. Politicheskaya vlast' kak regul'yativnyj mekhanizm sotsial'nogo obshheniya. // *Polis. Politicheskie issledovaniya*. 1996. № 3. S. 108–120.
4. Kolesov P. Vedenie Soedinyonnymi SHTatami informatsionnykh vojn. Kontseptsiya «Strategicheskikh kommunikatsij». // *Zarubezhnoe voennoe obozrenie*. 2010, № 6. S. 9–14.
5. Lobanova T.N. Strategicheskaya kommunikatsiya Kitaya v ramkakh BRIKS. // *Gosudarstvennoe upravlenie. EHlektronnyj vestnik*. 2014, № 47. S. 390–401.

6. Pashentsev E.N. Strategicheskaya kommunikatsiya Kitaya v Latinskoj Amerike i ee interpretatsiya v SSHA // Gosudarstvennoe upravlenie. EHlektronnyj vestnik. 2013. № 36. S. 80–98.

7. Pashentsev E.N. Strategicheskaya kommunikatsiya SSHA: «Imperskoe perenapryazhenie sil» // Mir i politika [EHlektronnyj resurs]. URL: <http://ch.bief2015.com/1317-strategicheskaya-kommunikaciya-ssha-imperskoe-perenapryazhenie-sil.html> (data obrashheniya: 11.06.2016 g.)

8. Pashentsev E.N. Strategicheskaya kommunikatsiya SSHA: problemy narastayut. // Vestnik Moskovskogo gorodskogo pedagogicheskogo universiteta. Seriya: istoricheskie nauki. 2012, № 2 (10). S. 111–118.

9. Rusanova M.I. Kriticheskij sdvig v issledovatel'skoj paradigme geopolitiki: geopolitika kak nauka, sposobstvuyushaya sozdaniyu imperij. // Aktual'nye problemy gumanitarnykh i estestvennykh nauk. 2013, № 7–2. S. 270–273.

10. Commander's Handbook for Strategic Communication and Communication Strategy Version 3.0. US Joint Forces Command Joint Warfighting Center. 24 June 2010 [EHlektronnyj resurs]. URL: http://www.dtic.mil/doctrine/doctrine/jwfc/sc_hbk10.pdf (data obrashheniya: 11.06.2016 g.)

11. Robert W. Grupp. “Strategic Communication” Defined. Posted Jan 1, 2013. [EHlektronnyj resurs]. URL: <http://thescli.org/strategic-communications-defined/> (data obrashheniya: 11.06.2016 g.)