

ФИКСИРУЕМ ТЕНДЕНЦИЮ

ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАТИВНЫЕ КОМПОНЕНТЫ «МЯГКОЙ СИЛЫ»

ОЛЬГА РУСАКОВА
ЕКАТЕРИНА ГРИБОВОД

Институт философии и права Уральского отделения РАН, Екатеринбург, Россия

Резюме

В статье рассматривается коммуникативный потенциал информационных компонентов «мягкой силы» в условиях развития новых технологий и форм массовой коммуникации. Выделены концептуально-аналитический и коммуникативно-технологический подходы к изучению «мягкой силы» как системы ресурсов и инструментов внешнеполитического влияния, продемонстрирован инверсионный характер соответствующих технологий. Проведён структурный анализ информационных компонентов «мягкой силы», которые активно применяются политическими и международными объединениями для решения собственных задач и оперативного реагирования на вызовы и угрозы в глобальном сетевом сообществе. Предложена авторская трактовка понятия «информационный компонент мягкой силы», который рассматривается как комплекс информационных стратегий, технологий и продуктов, применяемых в информационном пространстве для реализации конкретных целей, связанных с политическими интересами субъекта. Проведён сравнительный анализ рейтинговых моделей с позиций того, насколько в их структуре представлены информационно-медийные компоненты «мягкой силы». В качестве интегрального и системообразующего элемента информационной структуры «мягкой силы» анализируется медиадискурс. При рассмотрении основных информационных компонентов «мягкой силы» отдельно выделены сетевые технологии и социальные медиа: технология «умная толпа», фейк-дискурсы, сервисы мгновенного мобильного общения (мессенджеры). В условиях цифровизации международных процессов именно мессенджеры становятся каналом коммуникации и выступают информационным ресурсом, направленным на форматирование общественного мнения и координацию групп. В заключение авторы приходят к выводу, что инверсионная природа информационных компонентов «мягкой силы» проявляется в её противоречивых стратегических установках: с одной стороны, медиадискурс «мягкой силы» стратегически направлен на выполнение консолидирующей функции между участниками коммуникативного процесса, с другой – на реализацию деструктивных стратегий, связанных со скрытым манипулятивным воздействием на массовое сознание, с использованием конфронтационно-ориентированных технологий. Отмечается, что развитие цифровых технологий приводит к образованию новых видов «мягкой силы», таких как цифровая культура, цифровая дипломатия, цифровое управление, цифровая избирательная система. В условиях информатизации общества осуществляется интеграция сетевых технологий, новых и социальных медиа, усиливается их адаптивность к новым реалиям, что в итоге приводит к повышению мобильности структурных компонентов «мягкой силы».

Ключевые слова:

«мягкая сила»; медиатизация; информация; медиадискурс; социальные медиа; сетевые технологии; мессенджер; фейк-дискурс.

Дата поступления рукописи в редакцию: 03.10.2018

Дата принятия к публикации: 01.03.2019

Для связи с авторами / Corresponding author:

Email: rusakova_mail@mail.ru

Концепция «мягкой силы» рассматривается в современных исследованиях с различных теоретико-методологических позиций. В рамках концептуально-аналитического подхода она представляет собой мультисмысловой концепт, который используется для обозначения способности государства оказывать ненасильственное воздействие на другие субъекты международной политики при помощи экономических, символических, ценностно-культурных и иных инструментов [Паршин 2014; Харкевич 2014; Soft power: теория, ресурсы, дискурс 2015; Mattern 2005]. В репертуар «мягкой силы» входят такие общественно значимые формы влияния, как «соблазн», «делиберативность» (сотрудничество, диалог), «политическая привлекательность». С точки зрения основоположника концептуально-аналитического подхода к рассматриваемому явлению Джозефа Ная, «мягкая сила» – это способность государства добиваться желаемого результата не с помощью принуждения или подкупа, а на основе выработки у союзников добровольного желания действовать в заданном направлении [Nye 2004: 10]. Большинство исследователей определяют её как внешнеполитический инструмент, направленный на решение внешнеполитических задач с помощью специфических способов влияния, а именно: формирования доверия, притягательности политических и культурных ценностей, гуманитарной дипломатии, убеждения [Леонова 2015; Наумов 2016; Русакова, Ковалева 2013; Юдин 2015; Gallarotti 2011; Melissen 2005].

С позиции коммуникативно-технологического подхода под «мягкой силой» понимается в первую очередь система коммуникативных ресурсов и технологий, выступающих в качестве самостоятельных структурных компонентов, стратегически направленных на имплементацию государственных задач в области внутренней и внешней политики [Ковба 2017; Панова 2010; Нолук 2011]. В работах, направленных на изучение разноуровневых институциональных структур политических коммуникаций, включая межгосударственные об-

разования, «мягкая сила» представляется в форме управленческих практик политических институтов, которые широко применяют ненасильственные приемы и способы воздействия на свои целевые аудитории [Давыдов 2004; Дьякова 2014; Hall 2010; Roselle, Miskimmon, O'Loughlin 2014; Vuving 2009].

Коммуникативно-технологический подход к осмыслению «мягкой силы» позволяет выявить её *инверсионный характер* – показать коммуникативные обстоятельства, при которых некоторые практики влияния начинают утрачивать «мягкие» характеристики. Тем самым они превращаются в собственную противоположность, то есть в инструменты «жесткого» воздействия. Вместе с тем могут происходить и превращения в противоположную сторону. В этом случае ресурсы «жесткой силы» начинают приобретать свойства мягкого влияния [Русаков 2017]. Данные инверсионные превращения проявляются прежде всего применительно к таким компонентам «мягкой силы», как информационные ресурсы и технологии. К примеру, политическая пропаганда одновременно может оказывать воздействие через убеждение, выработку лояльности, доверия, солидарности, так и включать агрессивные способы влияния на общественное мнение (принуждение к разделению массовых предрассудков, мифов и стереотипов, вбрасывание фейковой информации, конструирование лжесобытий). Наиболее активно и массированно жесткие формы пропагандистского воздействия применяются в ходе информационных атак и войн, основанных на стратегиях агонального дискурса.

Амбивалентность коммуникативно-технологических ресурсов свидетельствует о том, что не существует строгого разграничения между инструментами «мягкой» и «жесткой сил». Подобное положение способствовало попыткам выработки политических стратегий, направленных на установление баланса в комплексном использовании имеющихся потенциалов. В современных исследованиях внешнеполитической деятельности государств они получили назва-

ние «умная власть» [Carpenter 2008; Nossel 2004; Nye 2010; Wilson 2008; Soft power: теория, ресурсы, дискурс 2015: 33-43].

При всём многообразии работ, посвящённых «мягкой силе», её информационные структурные компоненты ещё не получили специального и комплексного теоретического осмысления. С учётом этого в настоящей статье предпринята попытка заполнения сохраняющейся лакуны.

Важным этапом изучения информационных компонентов «мягкой силы» выступает анализ инверсионного характера её технологической базы. С одной стороны, следует обратить внимание на технологии, производящие эффект аттрактивности, формирующие позитивный, привлекательный образ политического субъекта, вызывающие чувства солидарности, причастности, единения. С другой – на их альтернативные производные, связанные с механизмами информационной агрессии, конструирования фейковых событий, заведомо негативного, ложного, эмоционально отталкивающего образа политического оппонента, формированием в массовом сознании установок на подозрение, обвинение, конфронтацию, сопротивление. В данном случае можно говорить не столько об информационных компонентах собственно «мягкой силы», сколько об их превращённых формах.

1

В настоящее время происходит процесс содержательного расширения структурного континуума информационных компонентов «мягкой силы», связанный с появлением новых ресурсов и технологий [Капицын 2014: 34]. В этой связи под ним подразумевается комплекс стратегий, технологий, ресурсов и продуктов, используемых в информационном пространстве в интересах субъектов. В условиях форми-

рования цифрового медиапространства, доминирования конвергентных средств массовой информации (СМИ) внутренняя структура «мягкой силы» меняется, охватывая и объединяя новые компоненты.

Между тем вектор исследования «мягкой силы» смещается в сторону измерительно-инструментального направления. Потребность в оценке и количественном измерении влияния стран привела к появлению разнообразных рейтинговых систем, которые, базируясь на структурном анализе отдельных компонентов не принудительного воздействия, ранжируют страны мира. В одном из первых докладов такого рода «*The New Persuaders*» в основу классификации были заложены три основных ресурса «мягкой силы», предложенных Дж. Наем, а именно: культура, политические ценности и внешняя политика [Nye 2004: 10]. В то же время авторы данного рейтинга расширили количество компонентов до пяти, выделяя такие базовые параметры, как бизнес-инновации, культура, правительство, дипломатия и образование¹.

В модели измерительного инструмента «Индекс мягкой силы быстро растущих рынков» количество оцениваемых показателей уже достигло тринадцати. При этом к информационно-медийному измерению «мягкой силы» можно отнести только один из них – экспорт медийных продуктов (в том числе художественных и документальных фильмов, популярной и классической музыки, книжных изданий, компьютерных игр)².

Более широко это составляющее учитывается в индексе, представленном в докладе международной консалтинговой компании *Portland*. В нём в качестве одного из семи значимых субиндексов «мягкой силы» выделяется такой показатель, как уровень развития цифровых технологий и цифровой дипломатии, связанный с использова-

¹ McClary J. The New Persuaders: An international ranking of soft power. Institute for Government. 2010. URL: https://www.instituteforgovernment.org.uk/sites/default/files/publications/The%20new%20persuaders_0.pdf (дата обращения: 10.09.2018).

² Rapid-growth markets soft power index: Spring 2012. URL: https://iems.skolkovo.ru/downloads/documents/SKOLKOVO_IEMS/Research_Reports/SKOLKOVO_IEMS_Research_2012-02-02_en.pdf (дата обращения: 10.09.2018).

нием социальных медиа. Измерения на основе данной модели производятся с использованием как данных международных организаций и глобальных рейтинговых систем, так и социологических опросов населения. В докладе отмечается возрастание роли цифрового компонента «мягкой силы», который не только обеспечивает доступ к информации и коммуникации, но и расширяет сферы распространения влияния. Например, формируется такой инструмент аккумуляции «мягкой силы» как цифровая дипломатия³.

В качестве универсальной системообразующей компоненты информационной структуры «мягкой силы» можно рассматривать медиадискурс. Последний представляет способ трансляции социально значимых образов, идей, знаний, информации, на основе некоторого медиарежима, который включает систему коммуникативных установок, приёмов продвижения коммуникативных субъектов, а также комплекс медийных технологий, конструирующих в массовом сознании требуемый образ реальности (фрейминг, прайминг, сексдакшн, infotainment) [Русакова, Грибовод 2014: 66–67]. Медиадискурс как информационно-коммуникативный инструмент способен либо усилить, либо снизить уровень «мягкой силы» субъекта влияния, вплоть до обращения своих внутренних ресурсов в инструмент информационного противостояния. Как компонент «мягкой силы» он стратегически направлен на создание атмосферы доверия, признания, сопричастности, солидарности между участниками коммуникативного процесса.

Для современной мировой политики характерно наращивание «мягкой силы» международными союзами, государствами и региональными группировками. Именно медиадискурс в качестве инструмента проецирования такого рода влияния позволяет сформировать единые принципы и довери-

тельные отношения для ответа на общие вызовы, поддержания стабильности и успешности объединения. Процесс наращивания «мягкой силы» международными организациями приобретает дополнительную значимость в связи с возрастанием экономической и политической нестабильности, информационными войнами.

Одним из важных информационных компонентов «мягкой силы» становится нормативно-ценностный комплекс, то есть система аксиологических представлений, политико-экономическая модель. В качестве примера таких нормативных установок можно привести «Шанхайский дух», который стал регулятором в рамках Шанхайской организации сотрудничества (ШОС), её ценностным ядром. В условиях медиатизации политики международные игроки стремятся с помощью информационных технологий и массовой культуры распространить свою систему ценностей, чтобы расширить собственное виртуальное пространство.

К информационным компонентам «мягкой силы» можно отнести практически всю ресурсную базу средств массовой коммуникации (то есть радио, телевидение, кинематограф, печать). По мнению отечественного специалиста Е.Г. Пономарёвой, традиционные и новые СМИ можно рассматривать в качестве инструментов воздействия на короткий временной период⁴. Кроме того, достижения в информационно-коммуникационной отрасли, наукоёмкие технологии, информационные продукты, а также Интернет становятся мощным инструментом проецирования влияния. В условиях медиатизации политики сетевые технологии и социальные сервисы исследуются как информационные компоненты мягкой силы, поскольку выступают важным инструментом форматирования общественного мнения с помощью политического медиадискурса.

³ McClary J. The Soft Power 30. A Global Ranking of Soft Power 2017. URL: <https://softpower30.com/wp-content/uploads/2017/07/The-Soft-Power-30-Report-2017-Web-1.pdf> (дата обращения: 10.09.2018).

⁴ Пономарёва Е. Железная хватка «мягкой силы». 23.02.2013. URL: <http://www.odnako.org/blogs/zheleznyaya-hvatka-myagkoy-sili/> (дата обращения: 17.09.2018).

Интернет, социальные медиа, информационные технологии создавались на основе принципов научного дискурса (в том числе требования равного и свободного доступа к информации), которые в своей основе содержат гуманистические идеалы коммуникации и взаимодействия субъектов [Трахтенберг 2007: 226–227]. Однако в современном информационном обществе принцип нейтральности, заложенный изначально в социальных медиа и Интернете, нивелируется, выдвигая на первый план функцию конструирования системы ценностей и настроения, а также воздействуя на предпочтения и потребности людей в виртуальном пространстве. Средства связи расширили функциональное предназначение от инструментов поддержания коммуникации и обмена информацией до средств идентификации с некоторой информационной системой или сетью.

2

Рост количества доступных информационно-коммуникационных продуктов и сетевых технологий тесно взаимосвязан с информатизацией и медиатизацией общества и человека. В России, по данным исследовательской компании «Медиа-скоп», ежемесячная аудитория Интернета с марта 2017 г. по февраль 2018 г. возросла с 87 млн до 90 млн человек. Одной из тенденций становится рост аудитории, отдающей предпочтение мобильным средствам связи (смартфонам) в отличие от традиционных компьютеров или планшетов для выхода во всемирную сеть. Согласно опубликованным данным (сентябрь 2017 – февраль 2018), 55% пользователей старше 12 лет используют смартфоны в таком качестве⁵.

Сетевые технологии рассматриваются как информационно-стратегический ресурс, а именно в виде «комплекса информационных и медийных технологий для

аккумуляции актором информационной мощи и реализации стратегических и долгосрочных задач» [Грибовод 2016: 52]. Среди основных сетевых технологий как компонентов «мягкой силы» можно выделить: сервисы мгновенного мобильного общения (мессенджеры), технологию «умная толпа», роевые тактики, утечки, вбросы, фейк-дискурсы.

С распространением мобильного Интернета и технологии Wi-Fi увеличилось количество мессенджеров, то есть программ, направленных на обмен сообщениями в разных формах (текст, звуковой сигнал, видео, фотография, графика) в реальном времени между собеседниками или группой [Голошубина 2015: 208]. Они создаются для решения корпоративных задач и поддержания коммуникации между коллегами, а также как канал связи для широкого круга пользователей.

Согласно данным аналитического центра *Brand Analytics*, популярность программ мгновенного обмена сообщениями (мессенджеров) возрастает в русскоязычном пространстве социальных медиа. В проведенном исследовании были проанализированы объёмы упоминаний мессенджеров в национальном сегменте Интернета. За шесть месяцев с февраля 2017 г. суммарное количество таких упоминаний увеличилось с 6,6 млн сообщений до 7,2 млн. В сентябре 2017 г. по этому показателю лидирующие позиции занимали следующие сервисы: *Viber* (34% упоминаний), *WhatsApp* (31%), *Telegram* (13%), SMS-сообщения (12%), *Skype* (9%).

При этом интернет-аудитория – очень динамичная среда, в которой миграция пользователей от одной платформы или социальной сети к другой осуществляется крайне интенсивно. В частности, на начало осени 2017 г. лидирующие позиции занимал сервис *Viber*, несмотря на то что ещё в феврале того же года на первом месте по

⁵ Аудитория пользователей Интернета в России в 2017 году составила 87 млн человек. URL: <http://mediascope.net/press/news/744498/> (дата обращения: 13.11.2017); Аудитория Интернета в России выросла на 4%. URL: <http://mediascope.net/press/news/812866/> (дата обращения: 12.09.2018).

количеству упоминаний в социальных медиа находился *WhatsApp*⁶. Рост популярности мессенджеров стал возможен, с одной стороны, благодаря востребованности и доступности мобильных средств связи, а с другой стороны, в связи с ускорением процессов обмена информацией, широким распространением и бесплатным доступом к беспроводным сетям.

При рассмотрении инверсионных аспектов функционирования информационных компонентов «мягкой силы» стоит отдельно остановиться на их «превращённых формах», каковыми выступают такие дискурсивные явления, как фейк-дискурс и «умная толпа». Фейк-дискурс определяется как «способ конструирования риторико-семиотическими и медийными средствами мнимой реальности, транслируемой в разнообразных форматах: от простой имитации до изощрённой фальсификации» [Русакова, Грибовод 2014: 69]. Утечки, вбросы и фейк-дискурс о секретных военных разработках, назначениях и отставках, различных дипломатических союзах и переговорах активно применяются в период избирательных кампаний, а также для ведения информационной войны в виртуальном политическом пространстве и смены политической ориентации страны.

Технология «умная толпа» [Рейнгольд 2006] направлена на формирование группы людей в качестве информационной среды, внутри которой координация действий происходит с помощью современных средств связи (например, сотовые телефоны). Флешмоб и политмоб как разновидности такого явления можно отнести к информационным компонентам «мягкой силы», потому что они ориентированы на достижение поставленных целей через самоорганизацию населения с помощью мобильных устройств связи и информационно-коммуникационных технологий, формируя чувство сплочения, доверия, взаи-

мопомощи и иллюзию безграничного влияния. Ярким примером умной толпы стали мирные, протестные демонстрации в Южной Корее в 2016 году, которые привели к отставке президента Пак Кын Хе.

Социальные медиа и сетевые технологии используются для осуществления скрытой, неявной коммуникативной стратегии. При применении их в политических целях они становятся информационно-коммуникационным ресурсом, который с помощью завуалированных механизмов оказывает влияние на политические настроения и взгляды массовых аудиторий, а также конкретных слоёв населения, форматирует систему ценностей и политическую повестку, мобилизует и координирует деятельность больших и малых групп людей.

Новые и социальные медиа в качестве мощного инструмента влияния обеспечивают как технический, так и институционально-коммуникативный процесс символической экспансии. Наравне с традиционными СМИ в современную эпоху они начинают активно интегрироваться в инструментарий обеспечения и поддержания ненасильственной политики на международной арене, выступают каналами, обеспечивающими реагирование на различные информационные вызовы и угрозы. В качестве примера приведём ответ посольства России в Великобритании на статью британского издания *Daily Star*. В последней говорилось о том, что английская сборная планирует привезти в Россию на чемпионат мира по футболу в 2018 г. команду «специалистов по наблюдению» (*surveillance team*) для проверки тренировочных комплексов и обеспечения безопасности. В ответ на это сообщение посольство России в Великобритании опубликовала в *Twitter* пост: «Лучше возьмите с собой футбольную команду»⁷. Данный пример ещё раз подтверждает вывод о том, что социальные медиа выступают полез-

⁶ Мессенджеры в России: август 2017 и динамика роста. 11.09.2017. URL: <http://blog-br-analytics.ru/messendzhery-v-rossii-avgust-2017-i-dinamika-rosta/> (дата обращения: 13.11.2017).

⁷ «Не забудьте футболистов»: USA Today оценила шутку посольства РФ. 11.10.2017. URL: https://news.rambler.ru/world/38129561/?utm_content=rnews&utm_medium=read_more&utm_source=copypink (дата обращения: 13.11.2017).

ным инструментом создания новостных поводов и продуцирования оперативной реакции на новейшие информационные вызовы.

Социальные медиа в отличие от традиционных СМИ обладают интерактивностью, конвергентностью, формируют взаимную связь между субъектами коммуникации. Они создают новые возможности для сотрудничества, упрощая и сокращая процесс взаимодействия, позволяют тесно координироваться, оказывать поддержку, формировать доверительные отношения. Это указывает на важную роль социальных медиа и сетевых технологий в проецировании «мягкой силы».

Вместе с тем сетевые технологии могут быть использованы для решения отнюдь не только конструктивных общественно-политических задач. Их инверсионный характер проявляется во время информационной деятельности по углублению кризисных процессов, в ходе реализации стратегий, направленных на дестабилизацию власти и государства в целом. Например, в период социально-политических выступлений на Ближнем Востоке и в Северной Африке 2010–2011 годов сетевые технологии стали главными ресурсами протестующих, в результате разворачивавшиеся события были обозначены метафорой «твиттер-революция». Аналогичным образом во время протестов в Гонконге в 2014–2015 годах коммуникация между участниками осуществлялась с помощью мессенджера *FireChat*, работающего без подключения к сотовой связи, а на базе технологий связи *Wi-Fi* и *Bluetooth*⁸.

Понимая противоречивый характер практического использования структурно-информационных компонентов «мягкой силы», не стоит занижать их роль в проведении политики доверия, поддержания социальной стабильности, в расширении коммуникативных и иных пространств информационного взаимодей-

ствия и влияния. Рост многообразия информационных ресурсов и компонентов «мягкой силы» связан с процессом глобализации, происходящим в информационно-технологической сфере. Глобальные сетевые сообщества создают собственные медиаресурсы (информационного агентства, цифровые ресурсы, корпоративные аккаунты в социальных медиа, корпоративную прессу, даже кинокомпании), чтобы реагировать на значимые социально-политические события и вызовы, а также транслировать собственный образ в виртуальное пространство. В условиях цифровизации социума перед политическими субъектами стоит задача формирования корректного медийного пространства и имиджа. Поддержание и сохранение его идентичности с помощью сетевых технологий и социальных медиа становится важным коммуникативно-технологическим этапом развития структурных компонентов «мягкой силы» в эпоху перехода к глобальному цифровому обществу.

* * *

Представленный анализ структуры информационных компонентов «мягкой силы» позволяет выделить их коммуникативные характеристики, стратегические составляющие и технологическую базу. Важнейшей коммуникативной характеристикой информационных компонентов «мягкой силы» выступает их инверсионный характер, что проявляется в основных стратегических установках медиадискурса «мягкой силы». С одной стороны, он стратегически направлен на выполнение такой консолидирующей функции, как достижение доверия, согласия, солидарности, сотрудничества и взаимопонимания между участниками коммуникативного процесса. С другой – медиадискурс «мягкой силы» может выполнять деструктивные функции, связанные с осуществлением скрытого, манипулятивного воздействия на массовое сознание

⁸ Протесты в Гонконге привели к взрывному росту загрузок мессенджера *Firechat*. Ведомости. 30.09.2014. URL: <https://www.vedomosti.ru/technology/articles/2014/09/30/prilozhenie-firechat> (дата обращения: 19.11.2017)

посредством конфронтационных стратегий и технологий.

Развитие технологической базы информационных компонентов «мягкой силы» связано с расширенным использованием цифровых технологий в разнообразных сегментах её практического применения – экономической, инновационной, управленческой, дипломатической, электоральной, культурной, образовательной, тури-

стической. Это приводит к формированию новых информатизированных видов «мягкой силы» (цифровая культура, дипломатия, цифровое управление). В условиях информатизации общества осуществляется процесс интеграции сетевых технологий, новых и социальных медиа, усиливается их адаптивность к современным реалиям, что в итоге приводит к повышению мобильности структурных компонентов «мягкой силы».

Список литературы

- Голошубина О.К. Разговор в мессенджере как специфический жанр интернет-коммуникации // Вестник ОмГУ. 2015. № 1. С. 208–212.
- Грибовод Е.Г. Медиатизация политики как стратегический ресурс политических коммуникаций // Наука Красноярья. 2016. № 6. С. 48–57.
- Давыдов Ю.П. Понятие «жёсткой» и «мягкой» силы в теории международных отношений // Международные процессы. 2004. Т. 2. № 4. С. 69–80.
- Дьякова Е.Г. Soft power как проявление «административной моды» (на примере формирования электронного правительства в Китае) // Научный журнал «Дискурс-Пи». 2014. № 4 (17). С. 43–47.
- Капицын В.М. Семиотические ресурсы и политическая культура // Научный результат. Сер. Социальные и гуманитарные исследования. 2014. Т. 1. № 1(1). С. 33–45.
- Ковба Д.М. Основные подходы к исследованию «мягкой силы» в отечественной политической науке // Научный журнал «Дискурс-ПИ». 2017. № 1(26). С. 143–148.
- Леонова О.Г. Интерпретация понятия «мягкая сила» в науке // Научно-аналитический журнал «Обозреватель – Observer». 2015. №2 (301). С. 80–89.
- Наумов А.О. «Мягкая сила», «цветные революции» и технологии смены политических режимов в начале XXI века. М.: АРГАМАК-МЕДИА, 2016. 274 с.
- Панова Е.П. Сила привлекательности: использование «мягкой власти» в мировой политике // Вестник МГИМО-Университета. 2010. № 4 (13). С. 91–97.
- Паршин П.Б. Два понимания «мягкой силы»: предпосылки, корреляты и следствия // Вестник МГИМО-Университета. 2014. № 2 (35). С. 14–21.
- Рейнгольд Г. Умная толпа: новая социальная революция: Пер с англ. А. Гарькавого. М.: ФАИР ПРЕСС, 2006. 416 с.
- Русаков В.М. Мягкая сила военной мощи // Научный журнал «Дискурс Пи». 2017. № 3–4 (28–29). С. 96–107.
- Русакова О.Ф., Грибовод Е.Г. Политический медиадискурс и медиатизация политики как концепты политической коммуникативистики // Научный ежегодник Института философии и права Уральского отделения Российской академии наук. 2014. Т. 14. Вып. 4. С. 65–77.
- Русакова О.Ф., Ковалёва Д.М. «Мягкая сила» и «умная власть»: концептуальный анализ // Социум и власть. 2013. № 3. С. 15–19.
- Трахтенберг А.Д. Интернет и возрождение «публичной сферы»: хабермасианский идеал и реальность Рунета // Научный ежегодник Института философии и права Уральского отделения Российской академии наук. 2007. Вып. 7. С. 224–230.
- Харкевич М.В. «Мягкая сила»: политическое использование научной концепции // Вестник МГИМО-Университета. 2014. № 2 (35). С. 22–29.
- Юдин Н.В. Системное прочтение феномена мягкой силы // Международные процессы. 2015. Т. 13. № 2. С. 96–105.
- Carpenter T. Smart Power: Toward a Prudent Foreign Policy for America. Washington: Cato Institute, 2008. 258 p.
- Gallarotti G. Soft Power: What it is, Why It's Important, and the Conditions Under Which it Can Be Effectively Used // Journal of Political Power. 2011. Vol. 4. Iss. 1. P. 25–47.
- Hall T. An Unclear Attraction: A Critical Examination of Soft Power as an Analytical Category // The Chinese Journal of International Politics. 2010. № 3. P. 189–211.
- Holyk G.G. Paper Tiger? Chinese Soft power in East Asia // Political Science Quarterly. 2011. Vol. 126. No. 2. P. 223–254.

- Mattern J.B.* Why soft power isn't so soft: representational force and the sociolinguistic construction of attraction in world politics // *Millennium: Journal of International Studies*. 2005. Vol. 33. №3. P. 583–612.
- Melissen J.* The New Public Diplomacy. *Soft Power in International Relations* / ed. by Jan Melissen. New York: Palgrave Macmillan, 2005. 221 p.
- Nossel S.* Smart Power // *Foreign Affairs*. 2004. Vol. 83. No. 2. March/April. P. 131–142.
- Nye J.* *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. New York: Public Affairs, 2004. 208 p.
- Nye J.* *The Future of power*. New York: Public Affairs, 2010. 320 p.
- Roselle L., Miskimmon A., O'Loughlin B.* Strategic narrative: a new means to understand soft power // *Media, War & Conflict*. 2014. Vol. 7(1). P. 70–84.
- Soft power: теория, ресурсы, дискурс / Под ред. О.Ф. Русаковой. Екатеринбург: Издательский Дом «Дискурс-Пи», 2015. 376 с.
- Vuving Alexander L.* How soft power works. Toronto. 2009. September 3. 20 p.
- Wilson E.J.* Hard Power, Soft Power, Smart Power // *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*. 2008. Vol. 616. Iss.1. P.110–124.

INFORMATION COMPONENTS OF SOFT POWER: COMMUNICATIVE ASPECTS

OLGA RUSAKOVA
EKATERINA GRIBOVOD

Institute of Philosophy and Law, Ural Branch of the RAS, Ekaterinburg 620990, Russia

Abstract

The article considers communicative potential of information components of soft power given the development of new information and communication technologies and forms of mass communication. Conceptual-analytical and communicative-technological approaches to the study of soft power as a system of resources and instruments of foreign policy are identified, as well as the inverse character of soft power technologies is demonstrated. The structural analysis of the information component of soft power, which is actively used by political and international structures to achieve their aims and respond quickly to challenges and threats in a global networked society, is carried out. The author's interpretation of the information component of soft power, which is considered to be a set of information strategies, technologies and products used in the information space for realizing specific goals related to the political interests of soft power subject is suggested. Comparative analysis of rating models of soft power is carried out with due regard to the role of information in these analytical instruments. As an integral and system-forming element of the information structure of soft power, a media discourse is analyzed. When considering the main information components of soft power, separate network technologies and social media are allocated: technology of smart mob, fake discourses, instant mobile communication services (messengers). Under conditions of digitalization of international processes, messengers become a major channel of communication and the information resource aimed at formatting public opinion and coordination of groups. In conclusion, the authors determine that the inverse nature of the information components of soft power is manifested in its contradictory strategic attitudes. On the one hand, a media discourse of a soft power is aimed at fulfilling a consolidating function among the participants in the communicative process. On the other, media discourse is employed for implementation of destructive strategies related to the hidden manipulative influence on mass consciousness, using confrontationally-oriented technologies. It is noted that the development of digital technologies leads to create of new information types of soft power, such as digital culture, digital diplomacy, digital management, digital

electoral system. Under conditions of the global informatization of society, the process of integrating network technologies, new and social media is being implemented, and their adaptability to new realities is being intensified, which ultimately leads to an increase in the mobility of the structural components of soft power, and to an increase in their synergistic effect.

Keywords:

soft power; mediatization; soft power; media discourse; social media; network technologies; messenger; fake discourse.

References

- Davydov Yu.P. (2004). Ponyatie "zhyostkoj" i "myagkoj" sily v teorii mezhdunarodnykh otnoshenij [The Notion of "Hard" and "Soft" Power in Theory of International Relations]. *Mezhdunarodnyye processy*. Vol. 2. No. 4. P. 69–80.
- Dyakova E.G. (2014). Soft power kak projavlenie "administrativnoj mody" (na primere formirovaniya jelektronnogo pravitel'stva v Kitae) [Soft Power as a Manifestation of "Administrative Fashion" (Using the Example of China E-government)]. *Nauchnyj zhurnal "Diskurs-Pi"*. No. 4 (17). P. 43–47.
- Gallarotti G. (2011). Soft Power: What it is, Why It's Important, and the Conditions Under Which it Can Be Effectively Used. *Journal of Political Power*. Vol. 4. No. 1. P. 25–47.
- Goloshubina O.K. (2015). Razgovor v messendzhere kak specificheskij zhanr internet-kommunikacii [Conversation in the Messenger as a Specific Genre of Internet Communication]. *Vestnik OmGU*. No. 1. P. 208–212.
- Gribovod E.G. (2016). Mediatizatsiya politiki kak strategicheskij resurs politicheskikh komunikacij [The mediatization of politics as a strategic resource of political communications]. *Nauka Krasnoyarska*. No. 6. P. 48–57.
- Hall T. (2010). An Unclear Attraction: A Critical Examination of Soft Power as an Analytical Category. *The Chinese Journal of International Politics*. No. 3. P. 189–211.
- Holyk G.G. (2011). Paper Tiger? Chinese Soft power in East Asia. *Political Science Quarterly*. Vol. 126. No. 2. P. 223–254.
- Kapicyn V.M. (2014). Semioticheskie resursy i politicheskaya kultura [Semiotic resources and political culture]. *Nauchnyj rezultat. Series Social'nye i gumanitarnye issledovaniya*. Vol. 1. No. 1(1). P. 33–45.
- Kharkevich M.V. (2014). "Myagkaya sila": politicheskoe ispol'zovanie nauchnoj konceptsii [Soft Power: Political Use of a Scholarly Concept]. *Vestnik MGIMO-Universiteta*. No. 2 (35). P. 22–29.
- Kovba D.M. (2017). Osnovny'e podkhody k issledovaniyu "myagkoj sily" v otechestvennoj politicheskoy nauke [The Main Approaches to the Study of Soft Power in the Domestic Political Science]. *Nauchnyj zhurnal "Diskurs-Pi"*. No. 1(26). P. 143–148.
- Leonova O.G. (2015). Interpretatsiya ponyatiya "myagkaya sila" v nauke [Approaches to the Analysis of "Soft Power" in the Russian Political Science]. *Nauchno-analiticheskij zhurnal "Obozrevatel" – Observer*. No. 2 (301). P. 80–89.
- Mattern J.B. (2005). Why soft power isn't so soft: representational force and the sociolinguistic construction of attraction in world politics. *Millennium: Journal of International Studies*. Vol. 33. No. 3. P. 583–612.
- Melissen J. (2005). *The New Public Diplomacy. Soft Power in International Relations*. New York: Palgrave Macmillan. 221 p.
- Naumov A.O. (2016). «Myagkaya sila», «cvetnye revolyucii» i tekhnologii smeny politicheskikh rezhimov v nachale XXI veka. [Soft power, color revolutions and technologies for changing political regimes at the beginning of the XXI century]. Moscow: ARGAMAK-MEDIA. 274 p.
- Nossel S. (2004). Smart Power. *Foreign Affairs*. Vol. 83. No. 2. P. 131–142.
- Nye J. (2004). *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. New York: Public Affairs. 208 p.
- Nye J. (2010). *The Future of power*. New York: Public Affairs. 320 p.
- Panova E.P. (2010). Sila privlekateľnosti: ispol'zovanie «myagkoj vlasti» v mirovoj politike [The Power of Attraction: The Use of "Soft Power" in World Politics]. *Vestnik MGIMO-Universiteta*. No. 4 (13). P. 91–97.
- Parshin P.B. (2014). Dva ponimaniya "myagkoj sily": predposylki, korrelyaty i sledstviya [Two Understandings of "Soft Power": Prerequisites, Correlates and Consequences]. *Vestnik MGIMO-Universiteta*. № 2 (35): 14–21.
- Reingold G. (2006). *Umnaya tolpa: novaya social'naya revolyuciya* [Smart Mobs: The Next Social Revolution]. Moscow: FAIR PRESS. 416 p.
- Roselle L., Miskimmon A., O'Loughlin B. (2014). Strategic narrative: a new means to understand soft power. *Media, War & Conflict*. Vol. 7(1). P. 70–84.

- Rusakov V.M. (2017). Myagkaya sila voennoj moshhi [Soft Power of Military Power]. *Nauchnyj zhurnal "Diskurs-Pi"*. No. 3–4 (28-29). P. 96–107.
- Rusakova O.F. (ed.) (2015). *Soft power: teorija, resursy, diskurs* [Soft Power: Theory, Resources, Discourse]. Ekaterinburg: Diskurs-Pi. 376 p.
- Rusakova O.F., Gribovod E.G. (2014). Politicheskij mediadiskurs i mediatizaciya politiki kak kontsepty politicheskoy kommunikativistiki [Political Media Discourse and Mediatization of Politics as Concept of Political Communicativistics]. *Nauchnyj ezhegodnik Instituta filosofii i prava Ural'skogo otdeleniya Rossijskoj akademii nauk*. Vol. 14. Issue 4. P. 65–77.
- Rusakova O.F., Kovaleva D.M. (2013). «Myagkaya sila» i «umnaya vlast'»: kontseptual'nyj analiz [“Soft Power” and “Smart Power”: Conceptual Analysis]. *Socium i vlast'*. No. 3. P. 15–19.
- Trahtenberg A.D. (2007). Internet i vozrozhdenie “publichnoj sfery”: habermasijskij ideal i real'nost' Runeta [Internet and the Revival of the “Public Sphere”: the Habermas Ideal and the Reality of the Runet]. *Nauchnyj ezhegodnik instituta filosofii i prava Ural'skogo otdeleniya Rossijskoj akademii nauk*. Vol. 7. P. 224–230.
- Vuving A.L. (2009). *How soft power works*. Toronto. 20 p.
- Wilson E.J. (2008). Hard Power, Soft Power, Smart Power. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*. Vol. 616. Issue 1. P. 110–124.
- Yudin N.V. (2015). Sistemnoe prochtenie fenomena myagkoj sily [Systemic reading of “soft power” phenomena]. *Mezhdunarodnye protsessy*. Vol. 13. No. 2. P. 96–105.