



УДК 327.8

ИНФОРМАЦИОННОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ ВНЕШНЕЙ ПОЛИТИКИ РФ: ДЕФИЦИТ СТРАТЕГИИ

Ю. Г. Жеглова

Жеглова Юлия Генриховна, кандидат политических наук, заведующая кафедрой коммуникационных технологий, Московский государственный лингвистический университет, yzheglova@yandex.ru

В статье рассмотрены проблемы, препятствующие, по мнению автора, эффективному решению задачи информационного сопровождения внешнеполитической деятельности в Российской Федерации. Последовательно анализируя постановку проблемы информационного сопровождения внешней политики Российской Федерации в доктринальных документах, автор приходит к выводу о том, что эти вопросы до сих пор не решены с точки зрения определения стратегических целей и выработки целостной концепции. Без этого усилия РФ по формированию своего внешнеполитического имиджа будут продолжать носить несистемный характер и не принесут желаемых результатов.

Ключевые слова: информационное общество, гибридная реальность, глобальная медиасфера, внешнеполитическая деятельность, международные отношения, брендинг страны.

Foreign Policy Information Support in Russia: Lack of Strategy

Yu. Gh. Zheglova

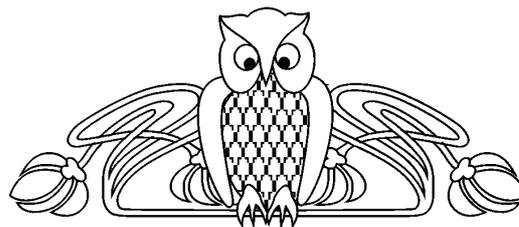
Yulia Gh. Zheglova, ORCID 0000-0002-7975-1063, Moscow State Linguistic University, 38, Ostozhenka Str., Moscow, 119034, Russia, yzheglova@yandex.ru

The article dwells on the problems, hindering successful accomplishing the mission of Russian Federation's foreign affairs activity information support. The author undertakes step by step analysis of doctrinal papers as far as information coverage of Russian Federation foreign policy is concerned and arrives at the conclusion that as of now solution of these problems lacks strategic goalsetting and wholesome concept. And without that all image shaping efforts will remain sporadic and fruitless.

Key words: information society, hybrid reality, global media sphere, international activity, international relations, country branding.

DOI: 10.18500/1818-9601-2018-18-3-313-317

Изначально задача сопровождения внешнеполитической деятельности – задача, лежащая в плоскости внешнеполитических коммуникаций. Однако, по существу, она никогда чисто коммуникационной не была и всегда представляла собой отдельное направление усилий и фактор эффективности внешней политики государства, что важно всегда и особенно для России в современных условиях. Понимание этого или, скорее, декларирование такого понимания существовало всегда, но без перехода к следующему необходимому этапу – разработке стратегии информа-



ционного сопровождения внешнеполитической деятельности Российской Федерации и концептуализации этой работы. Вопрос тем более назрел, что в других важных и смежных областях труд концептуализации, по мнению авторитетных специалистов, уже завершен. Как пишет, например, А. В. Федякин, «в целом, есть все основания полагать, что достигнутый сегодня уровень концептуализации национальных интересов и стратегических приоритетов современной России, отражением которого являются в т. ч. и прежде всего четкие формулировки президентских посланий и выступлений, а также логически выверенные важнейшие концептуальные и доктринальные документы, позволит максимально результативно защищать их и эффективно реализовывать – причем не только соответствующими государственными органами, но и общественными институтами»¹. Относительно информационного сопровождения внешнеполитической деятельности РФ, как показывает анализ, эволюции подходов к ней в российских доктринальных документах и реальной политике не произошло.

После дезинтеграции СССР в 1991 г. независимая Россия существовала в поисках новых политических и идеологических ориентиров и собственной идентичности и без внятной концепции внешней политики. В апреле 1993 г. бывший тогда Президентом России Б. Н. Ельцин утвердил «Основные положения концепции внешней политики Российской Федерации». Документ лишь замещал пустое место в линейке доктринальных документов, отражал стремление России к институционализации себя в статусе великой державы – и не только как правопреемницы СССР. Однако к внешнеполитической информационной деятельности это не относилось вовсе.

Между тем после распада СССР Россия унаследовала соответствующие принципиальные подходы и возможности. В доставшуюся от СССР Российской Федерации систему формирования внешнеполитического имиджа входили Телеграфное агентство Советского Союза, Агентство печати «Новости» и Международное московское радио. Так, только Агентство печати «Новости» в 1989 г. имело бюро, филиалы бюро и корреспондентские пункты в 90 странах мира (58% стран мира на тот момент)².

В молодой независимой России на фоне исповедовавшегося тогда внешнеполитическим истеблишментом геополитического «братания» ин-



формационной работе на международной арене со стороны государства уделялось незаслуженно мало внимания, квалифицированный персонал подвергался сокращениям, резко уменьшилось финансирование, запаздывало технологическое и содержательное обновление. Произошла дефрагментация механизма формирования внешнеполитического имиджа Российской Федерации в глобальном информационно-политическом пространстве.

В таких условиях в марте 1996 г. появился Указ Президента РФ «О координирующей роли Министерства иностранных дел Российской Федерации в проведении единой внешнеполитической линии Российской Федерации», который стал попыткой заново выстроить организационную структуру. В документе устанавливалось, что МИД РФ «является головным органом в области отношений с иностранными государствами, международными организациями и осуществляет общий контроль над выполнением международных обязательств Российской Федерации. Министерство иностранных дел Российской Федерации координирует деятельность других федеральных органов исполнительной власти в этой области и международные связи субъектов Российской Федерации»³. Но практических шагов во исполнение указа в части, касающейся внешнеполитического имиджа Российской Федерации, не последовало.

Несколько иное понимание стратегических приоритетов внешней политики сформировалось позднее. В 2000 г. в очередной Концепции внешней политики Российской Федерации информационное сопровождение внешнеполитической деятельности уже фигурирует как развернутый пункт: «Важным направлением внешнеполитической деятельности Российской Федерации является доведение до широких кругов мировой общественности объективной и точной информации о ее позициях по основным международным проблемам, внешнеполитических инициативах и действиях Российской Федерации, а также о достижениях российской культуры, науки, интеллектуального творчества. На передний план выдвигается задача формирования за рубежом позитивного восприятия России, дружественного отношения к ней. Неотъемлемым элементом соответствующей работы должны были стать целенаправленные усилия по широкому разъяснению за рубежом сути внутренней политики России, происходивших в стране процессов. Актуальным становится ускоренное развитие в Российской Федерации собственных эффективных средств информационного влияния на общественное мнение за рубежом»⁴.

Таким образом, в 2000–2008 гг. формирование образа России за рубежом все-таки выводится на уровень государственных задач, происходит переформатирование основных элементов формирования внешнеполитического

имиджа, делаются шаги по их конкретному наполнению. В Администрации Президента Российской Федерации создаются подразделения, генерирующие идеи и вырабатывающие стратегию, ставящие конкретные задачи в области формирования внешнеполитического имиджа РФ. Из федерального бюджета начинают поступать значительные финансовые средства, которые позволяют провести техническое переоснащение и ребрендинг государственных информационных агентств ИТАР-ТАСС, РИА «Новости», радиостанции «Голос России», которые усиливают информационно-пропагандистскую работу за рубежом не только с помощью традиционных форматов вещания, новостных лент и печатных изданий, но и Интернета, создавая с этими целями новые мультимедийные продукты, полностью сопоставимые с западными образцами. «Российская газета» и РИА «Новости» реализуют совместный проект, целью которого было доведение правдивых и объективных сведений о современной России до международных аудиторий в зарубежных печатных СМИ в форме специальной периодической вкладки *Trendline Russia*⁵. Проект развивался какое-то время, организационно оформившись в компанию «Russia Beyond The Headlines» и сотрудничая с десятками партнерских СМИ в мире. По данным, опубликованным в 2015 г., RVTN рассказывала о России на 18 языках, общая аудитория проекта насчитывала почти 28 млн человек⁶. Важной вехой стало в то время выступление Президента Российской Федерации В. В. Путина на пленарном заседании совещания послов и постоянных представителей России 12 июля 2004 г., в котором он заявил, что «представления о России, существующие в странах вашего пребывания, часто далеки от реальности. Нередки и спланированные кампании по дискредитации нашей страны, вред от которых очевиден и для государства, и для отечественного бизнеса»⁷.

Однако и в следующей Концепции внешней политики Российской Федерации 2008 г. в части, касающейся информационного сопровождения внешнеполитической деятельности РФ, принципиально новые подходы к информационной работе на международной арене сформулированы не были. Эта Концепция отчасти повторяла текст предшествовавшего документа, но сам специально посвященный этой проблеме раздел был расширен за счет включения понятия публичной дипломатии, а также признания и фиксирования информационных угроз для Российской Федерации: «В рамках публичной дипломатии Россия будет добиваться своего объективного восприятия в мире, развивать собственные эффективные средства информационного влияния на общественное мнение за рубежом, обеспечивать усиление позиций российских средств массовой информации в мировом информационном пространстве, предоставляя им необходимую го-



сударственную поддержку, активно участвовать в международном сотрудничестве в информационной сфере, принимать необходимые меры по отражению информационных угроз ее суверенитету и безопасности»⁸.

И только в Концепции внешней политики Российской Федерации, утвержденной Президентом России В. В. Путиным в 2013 г., ставились более развернутые и систематизированные задачи: «...добиваться объективного восприятия ее в мире, развивать собственные эффективные средства информационного влияния на общественное мнение за рубежом, обеспечивать усиление позиций российских средств массовой информации в мировом информационном пространстве, предоставляя им необходимую государственную поддержку, активно участвовать в международном сотрудничестве в информационной сфере, принимать необходимые меры по отражению информационных угроз ее суверенитету и безопасности»⁹.

Констатация государственной поддержки российских средств массовой информации в мировом информационном пространстве с целью усиления их позиций наконец вывела информационное сопровождение внешнеполитической деятельности РФ в разряд именно государственных задач, и уже в том же 2013 г. начинается консолидация, прежде всего, соответствующих медийных ресурсов. Указом Президента Российской Федерации от 9 декабря 2013 г. создается сразу получившее статус стратегического Федерального государственное унитарное предприятие «Международное информационное агентство “Россия сегодня”» – на базе РГРК «Голос России» и Российского агентства международной информации «РИА “Новости”». Основным направлением деятельности МИА «Россия сегодня» анонсируется освещение за рубежом государственной политики Российской Федерации и общественной жизни в Российской Федерации¹⁰.

Следует признать, что Концепция внешней политики Российской Федерации от 2013 г. стала первым в череде подобных документов, в котором задачи информационного сопровождения внешнеполитической деятельности РФ были артикулированы комплексно, четко и с обозначением необходимых ресурсов, в частности государственной поддержки СМИ. В Концепции внешней политики Российской Федерации от 2016 г. соответствующий раздел выглядит еще более полно, состоит уже из трех пунктов, и п. 47, в частности, гласит: «Россия добивается объективного восприятия ее в мире, развивает собственные эффективные средства информационного влияния на общественное мнение за рубежом, содействует усилению позиций российских и русскоязычных средств массовой информации в мировом информационном пространстве, предоставляя им необходимую для этого госу-

дарственную поддержку, активно участвует в международном сотрудничестве в информационной сфере, принимает необходимые меры по противодействию угрозам своей информационной безопасности. В этих целях предполагается широкое использование новых информационно-коммуникационных технологий. Россия будет добиваться формирования комплекса правовых и этических норм безопасного использования таких технологий. Россия отстаивает право каждого человека на доступ к объективной информации о событиях в мире, а также к различным точкам зрения на эти события»¹¹.

Сопоставительный анализ этих концептуальных подходов к информационному сопровождению внешнеполитической деятельности РФ, соотношение их с реальностью показывает, что они не выходят за пределы более или менее развернутых констатаций, из раза в раз ограничиваются простым перечислением задач и инструментов. В настоящих условиях и как минимум до 2050 г. этого не может быть достаточно. Как справедливо замечает В. К. Белозеров, оценивая запущенный ныне механизм враждебного воздействия на Россию извне, «правомерно констатировать, что он а) сформирован с учетом только парирования наносимых ударов и б) предполагает только внутривнутриполитические меры по консолидации нации. То есть по сути своей он носит реактивный (а именно ненаступательный и пассивный) характер»¹².

Прежде всего, необходимо сделать практические выводы из того, что информационное сопровождение внешнеполитической деятельности РФ уже в течение довольно значительного времени осуществляется в условиях информационного общества. Сформулированная в парадигме постмодернизма, концепция информационного общества имеет немало трактовок, которые можно разделить на несколько основных групп. Например, Р. Дарендорф, Ф. Махлуп, Д. Гэлбрейт и другие развивали понимание феномена информационного общества с точки зрения экономики; Д. Белл, Й. Масуда, Ю. Хаяши концентрировались на проявлениях эффектов информационного общества с точки зрения социологии; Ж. Бодрийяр, Ф. Уэбстер и их коллеги концентрировались на виртуальной составляющей формирующейся в рамках информационного общества гибридной реальности; М. Кастельс, Э. Тоффлер, М. Маклюэн раскрывали его сетевую сущность. Попытки осознания информационного характера современного уклада жизни ведутся по многим направлениям, т. е. «информационность» затронула все аспекты жизни социума, со всей очевидностью включая сферу международной политики и международных коммуникаций. Более того, информационная природа современного общества значительнее всего, на наш взгляд, модифицирует именно коммуникативную сферу и делает это, главным



образом, в направлении формирования единого информационно-политического пространства в результате все нарастающей конвергенции информационного и политического пространств. Как представляется, именно о том, что носитель информации, коммуникативного послания все более сам становится таким посланием, еще в 1967 г. метафорически писал М. Маклюэн в своей совместной с К. Фиоре книге «The Medium is the Massage: An Inventory of Effects». Прошедшее с 1967 г. время со всей убедительностью показывает правоту этого наблюдения.

Вполне справедливым представляется в этой связи наблюдение, скажем, Г. Г. Почепцова, отмечавшего постоянные переходы между информационной и другими плоскостями¹³. Применительно к области международной политики это означает, что информация становится поводом, условием и следствием принятия внешнеполитических решений. Они, в свою очередь, затрагивают реальность, физическое пространство, а эти изменения становятся источником новой информации. С учетом же очевидного нарастания интенсивности взаимодействия и взаимопроникновения, на наш взгляд, корректнее говорить об информационно-политическом пространстве как о результате не просто взаимодействия или взаимного пересечения информационного и политического пространств, а их конвергенции. Эту мысль четко формулирует российский исследователь Ш. Г. Сеидов: «Информационные процессы в глобальном масштабе приводят к тому, что информационное пространство все больше наполняется политическим содержанием, а в политическом – интенсивность внешнеполитических взаимодействий усиливается благодаря проникновению информационных и коммуникационных технологий во все сферы жизни государства»¹⁴.

Новое качество информационно-политического пространства означает интегрированную природу современных коммуникаций в международной сфере. Этот новый характер коммуникаций представляет собой результат не просто комплексного использования разных коммуникационных платформ, но стратегию, предполагающую их взаимное наложение и синергетический эффект. Понимание феномена интегрированных коммуникаций и возможностей их использования в информационном сопровождении внешнеполитической деятельности Российской Федерации – задача, решение которой как раз и должно лечь в основу концептуализации этой деятельности.

Первоочередным условием для этого становится осмысление и прогнозирование развития Интернета уже давно не как канала коммуникации, а как особой социальной среды, формирующей так называемую гибридную реальность – результат насыщения физического мира технологиями виртуальной, дополненной реальности, искусственного интеллекта и т. п.

Фактически мы должны признать, что информация сегодня стала элементом ноосферы. Констатируя это, в конце 1990-х гг. американцы Д. Аркилла и Д. Ронфельдт ввели в широкий политологический обиход понятие «ноополитика». Они же предложили именно на этой основе выстраивать информационную стратегию США и продолжают вести работу по этому направлению. Должны появиться современные значимые, комплексные и практически применимые концептуальные разработки стратегии информационной работы на международной арене в интересах внешней политики РФ и у нас.

Нельзя и дальше игнорировать изменения, в целом происходящие в глобальной медиасфере: размывание самого понятия «средство массовой информации», формирование понятия медийного ресурса, включающего уже и мессенджеры, и поисковики, концентрацию медийных ресурсов и связанный с этим рост ангажированности, новые схемы монетизации и распространения контента, ужесточение регулирования глобальной медиасферы, практически распад западной школы журналистики, снижение профессиональных стандартов, уровня образования некоторых целевых аудиторий.

Примером еще одного остро нуждающегося в решении вопроса является вопрос о методологии. На Западе и отчасти в России во внешнеполитических коммуникациях продвигается маркетинговый подход. Например, в повестку дня Международного коммуникационного форума в Женеве (в рамках Всемирного экономического форума в Давосе в 2018 г.) включена проблематика интегрированных коммуникаций со стороны государства, в частности брендинг страны¹⁵. В России такая работа проводилась и проводится на федеральном и региональном уровнях, но, надо признать, без эффекта. Так, многое сделавший для формирования и продвижения бренда России один из родоначальников маркетингового подхода к продвижению стран и территорий, автор концепции национального бренда, известный консультант, теоретик и практик С. Анхольт, выступая в 2013 г. в России в дискуссионном клубе «Валдай», констатировал: «... нет никакой взаимосвязи между тем, сколько денег или усилий потрачено той или иной страной на продвижение своего национального имиджа, и тем, что в итоге обычные люди думают о данной стране»¹⁶.

Брендинг и другие маркетинговые технологии во внешнеполитических коммуникациях могут быть результативны при отсутствии разногласий, противоречий, конфронтации. Это технологии «мирного времени». Россия же в ближайшие 20–30 лет будет существовать в условиях информационного саботажа со стороны Запада, при которых маркетинговые технологии в принципе обречены на нулевую эффективность. Понимание этого постепенно приходит, о чем говорит, например, принятое в России в 2015 г. решение



отказаться от сотрудничества с американской PR-компанией Ketchum, в задачи которой входило продвижение России на Западе¹⁷.

Как представляется исходя из вышеизложенного, вопросы информационного сопровождения внешнеполитической деятельности остро нуждаются в концептуализации, возможно, в отдельном документе – приложении к очередной Концепции внешней политики нашей страны. К разработке такого рода документа должны быть привлечены, помимо функционеров и традиционно дипломатов, специалисты по современным коммуникациям, моделированию коммуникационных процессов и управлению ими, социальные психологи, регионоведы, социологи, эксперты и визионеры в области Интернета. Необходимы разработка стратегии, формулировки кратко-, средне- и долгосрочных целей, консенсус относительно методологии и методов, понимание целевых и ключевых аудиторий, плановности деятельности, характера, глубины, а также долгосрочности ожидаемого эффекта.

Примечания

- ¹ Федякин А. В. Национальные интересы и стратегические приоритеты общества и государства в современных концепциях и доктринальных документах Российской Федерации // Вестн. Российской нации. 2017. № 3. С. 32.
- ² См.: Панарин И. Н. Система идеологической войны в СССР. URL: http://www.e-reading-lib.com/chapter.php/123890/34/Panarin_-Informacionnaya_voينا_i_geopolitika.html (дата обращения: 15.03.2018).
- ³ О координирующей роли Министерства иностранных дел Российской Федерации в проведении единой внешнеполитической линии Российской Федерации : указ Президента РФ от 12.03.1996 № 375. URL: http://www.blag.mid.ru/pravo_03.htm. (дата обращения: 11.02.2018).
- ⁴ Концепция внешней политики Российской Федерации // Независимая газета. 2000. 11 июля. URL: http://www.ng.ru/world/2000-07-11/1_1_concept.html (дата обращения: 12.03.2018).
- ⁵ См.: «Российская газета» на английском языке // Рос. газ. 2006. Федер. вып. № 4223. 16 нояб. URL: <https://rg.ru/2006/11/16/proryv.html> (дата обращения: 18.03.2018).

- ⁶ См.: Тимофейчев А. Из России – без ненависти // Рос. газ. 2015. Столич. вып. № 6777. 14 сент. URL: <https://rg.ru/2015/09/15/rbth.html> (дата обращения: 11.03.2017).
- ⁷ Путин В. В. Выступление на пленарном заседании совещания послов и постоянных представителей России, Москва, 12 июля 2004 г. URL: <http://kremlin.ru/events/president/transcripts/22545> (дата обращения: 07.04.2018).
- ⁸ Концепция внешней политики Российской Федерации (опубл. 15 июля 2008 г.). URL: <http://kremlin.ru/acts/news/785> (дата обращения: 20.03.2018).
- ⁹ Концепция внешней политики Российской Федерации (утв. Президентом РФ 12 февраля 2013 г.). URL: http://www.mid.ru/foreign_policy/official_documents/-/asset_publisher/CptlCkV6BZ29/content/id/122186 (дата обращения: 25.03.2018).
- ¹⁰ См.: О некоторых мерах по повышению эффективности деятельности государственных средств массовой информации : указ Президента РФ от 9 декабря 2013 г. URL: <http://www.kremlin.ru/acts/19805> (дата обращения: 25.03.2018).
- ¹¹ Концепция внешней политики Российской Федерации (утв. Президентом РФ 30 ноября 2016 г.). URL: http://www.mid.ru/foreign_policy/news/-/asset_publisher/cKNonkJE02Bw/content/id/2542248 (дата обращения: 25.03.2018).
- ¹² Белозёров В. К. От стратегии национальной безопасности – к глобальному и перспективному стратегическому проектированию // Власть. 2016. № 7. С. 13.
- ¹³ См.: Почепцов Г. Г. Информационно-политические технологии. М. : Центр, 2003.
- ¹⁴ Сеидов Ш. Г. Информационные процессы и их значение в политической жизни. URL: http://sociosphera.com/publication/conference/2011/118/informacionnye_processy_i_ih_znachenie_v_politicheskoj_zhizni/ (дата обращения: 07.08.2012).
- ¹⁵ См.: Всемирный экономический форум в Давосе : [сайт]. URL: <http://www.forumdavos.com> (дата обращения: 07.04.2018).
- ¹⁶ Международный имидж России. Почему он важен // РИА Новости. 2013. 15 сент. URL: <https://news.rambler.ru/economics/21124883-mezhdunarodnyy-imidzh-rossii-pochemu-on-vazhen/> (дата обращения: 08.11.2014).
- ¹⁷ См.: Латухина К. Кремль отказался от услуг PR-агентства Ketchum // Рос. газ. 2015. 12 марта. URL: <https://rg.ru/2015/03/12/agentstvo-site-anons.html> (дата обращения: 11.02.2018).

Образец для цитирования:

Жеглова Ю. Г. Информационное сопровождение внешней политики РФ: дефицит стратегии // Изв. Саратов. ун-та. Нов. сер. Сер. Социология. Политология. 2018. Т. 18, вып. 3. С. 313–317. DOI: 10.18500/1818-9601-2018-18-3-313-317

Cite this article as:

Zheglova Yu. Gh. Foreign Policy Information Support in Russia: Lack of Strategy. *Izv. Saratov Univ. (N. S.), Ser. Sociology. Politology*, 2018, vol. 18, iss. 3, pp. 313–317 (in Russian). DOI: 10.18500/1818-9601-2018-18-3-313-317