

Публичная дипломатия: СМИ как инструмент политического манипулирования

Чернявская Карина Юрьевна

Студент (бакалавр)

Донецкий национальный университет, Исторический факультет, Кафедра международных отношений и внешней политики, Донецк, Россия

E-mail: chernyavskaya-karina_2002@mail.ru

Новое коммуникационное пространство пересекается с многочисленными силами на международной арене, включая глобализацию, суверенитет государств, возникновение новых проблем и угроз, расширение количества акторов международных отношений - все это приводит к трансформации традиционной дипломатии, и развитию публичной дипломатии. На каждом этапе исторического развития СМИ и коммуникационные технологии пересекались с глобальными структурными силами, появлялся новый уровень взаимодействия общества и политики, тогда и возникло новое понятие в традиционной дипломатии - публичная дипломатия. Представление о публичной дипломатии складывается на фоне возникновения концептов «мягкой силы», «умной силы», развития связей с общественностью и развитием информационных технологий.

Впервые термин «публичная дипломатия» упоминался в качестве синонима вежливости в 1856 году в газете «Times London» [3]. В 1871 году термин был использован конгрессменом США С. Коксом в значении «открытой, честной» дипломатии. До конца XX века публичная дипломатия воспринималась как «культурный империализм» и «пропаганда». Новое представление о публичной дипломатии было разработано американским политологом Джозефом Найем, который предложил рассматривать публичную дипломатию в трех измерениях. Первое - ежедневное освещение внутренней и внешней политики, и донесение до целевой аудитории государственной политики правительства; второе - «стратегическое общение» - целенаправленное обсуждение наиболее важных для государства политических вопросов; третье - развитие прямых контактов с зарубежной общественностью, используя все доступные средства для ознакомления иностранцев с культурой государства [5]. Особый интерес к публичной дипломатии возник после теракта 11 сентября 2001 года. С того момента государства начали находить пробелы в своих информационных стратегиях.

Повсеместное внедрение сети «Интернет» и рост средств массовой информации приводит к модернизации внешнеполитического инструментария государства. Платформы социальных сетей значительно расширили дипломатические рамки, используя публичную дипломатию.

Политика и средства массовой информации встречаются там, где они оба стремятся привлечь внимание массовой аудитории. Государство, в целом, и отдельные политически активные граждане, в частности, используют СМИ как эффективный инструмент манипулирования общественным мнением. Сам процесс манипулирования понимается как система способов идеологического и социально психологического воздействия с целью изменения мышления и поведения людей [2]. Целью политического манипулирования через СМИ является власть над обществом и способность подчинять население политическим интересам.

В арсенале средств массовой коммуникации существует различный набор приемов манипулирования обществом: манипуляция словами-амебами, при помощи контраста и обобщения, с помощью подмены понятия, манипуляция критикой, столкновение смыслов и т.д. [1]. Во время изучения приемов СМИ начать следует с манипуляции словами с размытыми

семантическими границами, то есть незнакомое иностранное слово может способствовать повышению доверия широкой аудитории к выступающему, так как создается образ образованного и понимающего человека. Таким способом СМИ выделяют слова-сигналы, делая акцент на необходимом и одновременно отвлекая от нежелательной темы.

Следующий прием - манипуляция при помощи контраста и обобщения. Журналисты пытаются создать негативный и аморальный образ другой страны, в целом, или политическую личность, в частности, одновременно на этом фоне показать с выгодной стороны действия своего государства, которые будут расценены аудиторией, как единственное правильное решение, которое имеет место быть.

Манипуляция - столкновения смыслов - встречается в каждом информационном издании, не важно это телевидение, газеты или Интернет-сайты. Суть приема сводится к тому, что происходит накладывания одной темы на другую: поздравление населения с праздником, во время выборной компании, совместит в себе пропаганду положительного имиджа и рекламу политика, а также добрые слова к торжеству [1]. Один из смыслов рекламы замаскирован под вторым, но успешно будет донесен до сознания общественности.

В СМИ широко используется стилистический прием игры с прецедентными феноменами, рассчитанный на появление у адресата нужных ассоциаций. Прецедентная единица употребляется с целью выполнить функцию воздействия посредством языкового манипулирования. В политизированных СМИ используются языковые средства для создания положительного образа с целью создания эффекта доверительного общения с аудиторией [4].

Все стратегии манипулирования общественным сознанием основаны на изучении человеческой психологии и на умелом использовании информационно-коммуникационных технологий.

Международное киберпространство - это огромное поле возможностей для всех государств. Политическое манипулирование через СМИ выходит за рамки государственных границ. Однако цифровизация общества усложняет работу внешних дипломатических ведомств тремя способами: из-за охвата и скорости коммуникации; из-за увеличения дезинформации и кибератак; из-за переизбытка информации, которая находится в общем доступе. Для дипломатов появляется угроза того, что массмедиа способны сместить на второй план профессиональные дипломатические институты и подменить собой традиционные дипломатические каналы связи, — все это грозит значительным усложнением дипломатических отношений.

Источники и литература

- 1) Горина Е. В. Коммуникативные технологии манипуляции в СМИ и вопросы информационной безопасности. – Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 2016 – С. 15-37.
- 2) Мельникова Т.С. Пропаганда, как технология политического манипулирования // Власть, №8, 2010. – С.48
- 3) Смирнов Н. А, Публичная дипломатия: эволюция концепта в политической науке // Вестник Московского университета. Серия 12. Политические науки. 2015. №1 – С. 78-89. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/publichnaya-diplomatiya-evolyutsiya-kontsept-a-v-politicheskoy-nauke>
- 4) Солопова О.А. Использование прецедентных феноменов в политическом дискурсе выборов депутатов государственной думы // Лингвистика: бюллетень Уральского лингвистического общества / Урал. гос. пед. ун-т; отв. ред. А.П. Чудинов. Екатеринбург, 2004. Т. 13. С. 75-86.

- 5) Nye J.S. Public Diplomacy and Soft Power // The Annals of the American Academy of Political and Social Science. – 2008. – Vol. 616. – P. 101- 102.