Сеулки Ким

Санкт-Петербургский государственный университет

Научный руководитель: доктор социологических наук, профессор Д. П. Гавра

коммуникации «МЯГКОЙ СИЛЫ» ГОСУДАРСТВА

В последнее время средства дипломатии и инструменты влияния государства на международной арене изменяются, переходя от реализации «жесткой силы» в политике, обороне, экономике, торговле, к «мягкой силе», которая оперирует в коммуникационном поле ценностей и имиджа национального бренда. Реализация «мягкой силы» есть долгосрочный процесс, требующий столько же усилий, как и «жесткая сила». При этом, они не взаимозаменяемы, поэтому нужно искать способ для их совмещения.

В первые десятилетия XXI века многие государства реализуют коммуникационные стратегии, которые опираются на влиятельность национального имиджа. По существу, речь идет о реализации национальных коммуникаций в логике политики мягкой силы.

Информационное и коммуникационное сопровождение политики «мягкой силы» работает на создание правильного и привлекательного образа страны в мире.

Можно разделить средства «мягкой силы» на официальные и неофициальные. Важно отметить эффективность неофициальных средств и инструментов «мягкой силы».

В условиях трансформации современного коммуникационного пространства «мягкая сила» имеет тесную связь с информационными технологиями, владение которыми – ключ к ней.

Средствами информационного и коммуникационного сопровождения политики «мягкой силы» являются медиарелейшнз, специальные события и мероприятия, системно организованный SMM.

Для определения основных характеристик и технологий «мягкой силы» в современных международных коммуникациях автор полагает необходимым решение обозначенных ниже задач.

1) Определить значимость инструментов «мягкой силы» во внешних коммуникациях государства.

2) Описать информационное и коммуникационное сопровождение политики «мягкой силы».

3) Выявить каналы и инструменты информационного сопровождения политики «мягкой силы».