

Секция «Стратегические коммуникации в современной политике и экономике»

Стратегические нарративы в коммуникационных кампаниях на международной арене

Научный руководитель – Богданов Сергей Викторович

Макарова Елена Дмитриевна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Москва, Россия

E-mail: elemak96@yandex.ru

Государство использует различные коммуникативные инструменты (от пропаганды до публичной дипломатии) для достижения своих целей на международной арене. До недавнего времени все эти инструменты рассматривались разрозненно, бессистемно. В последние годы такая интерпретация коммуникационной деятельности государства сменилась более комплексным, стратегическим подходом. Стратегический подход к коммуникациям предполагает выход за пределы традиционного набора таких категорий как «целевые аудитории», «сообщения» и «информационные продукты» и переход к воздействию на социально-психологические структуры общества, а также на фундаментальные процессы, лежащие в основе проблем безопасности государства и обеспечения его национальных интересов. Таким образом, центральным для разработки коммуникационной стратегии элементом становятся стратегические коммуникации. Стратегические коммуникации - это «скоординированные действия, сообщения, образы и другие виды оповещения и вовлеченности, направленные на информирование, влияние и убеждение определенных целевых аудиторий в поддержку целей государства» [3]. Понятно, что проведение в жизнь подобных действий требует существования определенной стратегии государства, четких целей, на достижение которых направлен комплекс коммуникационных действий. Одно из центральных мест в стратегии государства занимают стратегические нарративы, которые государство транслирует на внешние и внутренние аудитории. Важно отметить, что «нарративы не создают действий. Вместо этого они делают действия возможными: они разрешают, усиливают и оправдывают конкретные практики и политики, в то же время уходят от других» [5].

Стратегический нарратив можно определить как «средство, которое используют политические акторы, чтобы конструировать разделяемые всеми смыслы, которые обеспечивали бы желаемое поведение внутренней и внешней аудитории» [4]. Нарратив может быть облечен в слова, но поддерживается и транслируется он по различным каналам. «Сам термин «нарратив» описывает как метафоры, истории, образы, теории, слоганы и аксиомы, сплетаясь воедино, становятся широко известными и начинают влиять на поведение людей» [2]. Стратегические нарративы обладают несколькими основными характеристиками, отличающими их от иных коммуникативных инструментов.

Во-первых, стратегические нарративы имеют свои корни в прошлом. Они зиждутся на определенной трактовке истории, отвечающей требованиям автора нарратива. Такая трактовка истории становится частью нарратива и транслируется совместно с ним. Во-вторых, стратегические нарративы направлены в будущее. Они предлагают некий образ будущего, привлекательный для целевых аудиторий. Именно это свойство позволяет нарративам обслуживать коммуникационную стратегию государства, которая, как правило, рассчитана на длительный период реализации. В-третьих, стратегические нарративы апеллируют к эмоциям, ценностям, потребностям целевых аудиторий. Апелляция к эмоциям и потребностям используются для привлечения внимания и не могут удерживать аудиторию долгое

время. В отличие от них, ценности, разделяемые большинством людей в целевой аудитории, являются долгосрочным источником поддержания стратегического нарратива.

Примером нарратива, основанного на ценностях, может служить нарратив, который российское государство продвигает посредством своей культурной политики. В «Основах культурной политики Российской Федерации» прямо говорится, что зиждется она на «традиционных для России нравственных ценностях, гражданской ответственности и патриотизме» [1]. Одной из центральных идей, лежащих в основе продвигаемого нарратива, является идея единства и преемственности российской истории. Это во многом обуславливает выбор каналов, по которым он продвигается в массовое сознание. К таким каналам можно отнести, прежде всего, фильмы, которые снимаются по заказу или при поддержке министерства культуры («28 панфиловцев», «Викинг»), также активно используются вагоны метро («Великие полководцы», «Легенды кино») и другие каналы.

Таким образом, стратегические нарративы, которые используются в различных коммуникационных кампаниях, являются значимым объектом для научного исследования.

Источники и литература

- 1) Основы государственной культурной политики. - <http://kremlin.ru/events/president/news/47325>
- 2) Niels Röling, Marleen Maarleveld. Facing strategic narratives: An argument for interactive effectiveness // Agriculture and Human Values. 1999. № 16.
- 3) Paul Christopher. Strategic Communication: Origins, Concepts, and Current Debates. ABC-CLIO, 2011.
- 4) Alister Miskimmon, Ben O'Loughlin and Laura Roselle. Forging the World: Strategic Narratives and International Relations. - <http://static1.1.sqspcdn.com/static/f/127762/16079410/1326798495050/Forging+the+World+Working+Paper+2012.pdf?token=FzIoX39eqIRlx80uLHEZl3ZTcRo%3D>
- 5) Autesserre S. Dangerous tales: dominant narratives on the Congo and their unintended consequences // African Affairs. February 9. 2012. - <http://psyfactor.org/lib/narrative.htm>