

Секция «Связи с общественностью и теория коммуникации»

Сотрудничество стран АЛБА в сфере стратегической коммуникации:

достижения, проблемы, перспективы

Виноградова Екатерина Алексеевна

Соискатель

МГПУ, Институт гуманитарных наук, Москва, Россия

E-mail: kata-vinogradova@mail.ru

В начале XXI века в практике международных отношений многих стран, и в частности стран входящих в интеграционное объединение АЛБА, для выстраивания внешнеполитических взаимоотношений между государствами стала широко применяться стратегическая коммуникация (далее СК).

Термин «стратегическая коммуникация» впервые появился в США в XXI веке и согласно определению, данному военными аналитиками США, это «сочетание двух понятий, мягкой силы и сдерживания, которые оказывают влияние на мировое общественное мнение». Основной целью СК по определению американского военного аналитика Грега Колуси является воздействие на общественное мнение для донесения целевым аудиториям нужной государству информации. Для того чтобы эффективно влиять на общественное мнение, СК должны сфокусироваться не вокруг конфликта, а на управлении им.

Технологии СК в странах АЛБА активно изучаются и применяются в результате повышенной активности проведения информационных противоборств США в этих странах, а также для решения внутренних конфликтов в регионе и для налаживания стратегического партнерства с ЕС, Китаем, Индией, Россией и со странами АЗТ.

Таким образом, автор ставит перед собой следующие задачи:

раскрыть технологии стратегической коммуникации, применяемые странами АЛБА для укрепления партнерских связей внутри интеграционного объединения;
выявить основные направления общественной дипломатии стран АЛБА;
показать проблемы, которые стоят перед АЛБА в решении не силовых конфликтов;
проанализировать систему информационно-коммуникационного обеспечения стран АЛБА.

В работе были задействованы следующие методы исследования: контент-анализ и компаративный анализ.

Ключевые слова: Латинская Америка, АЛБА, США, стратегическая коммуникация, общественная дипломатия, информационное противоборство, СМИ.

Литература

1. Венесуэльское информационное агентство – <http://www.abn.info.ve/> Agencia Bolivariana de Noticias.
2. Гриняев С. После битвы – киберпространство. Теория, приемы, средства, методы и системы ведения информационной войны.– М.: Харвест, 2004. – 448 с.
3. Гуменский А. Управление международной информацией. // Международные процессы, 1, Том 008, 2010. - С. 31-43.

4. Кагарлицкий Борис. Латинская Америка: революция ради интеграции? // <http://scepsis.ru/>
5. Каспарук В. Китай – Латинская Америка: между экспансией и глобальным сотрудничеством. // Политические изменения в Латинской Америке: история и современность. Воронеж, 2012. Выпуск 10.
6. Нутенко Л. Я. Новый этап латиноамериканской интеграции: достижения и проблемы. // Латинская Америка, 12, Декабрь 2010. - С. 17-24.
7. Официальный сайт АЛБА – <http://www.alianzabolivariana.org/>
8. Пашенцев Е.Н. Коммуникационный менеджмент и стратегическая коммуникация. – М.: МЦСПИК, 2012. – 396 с.
9. Роговский Е. А. Глобальные информационные технологии - фактор международной безопасности. // США - Канада. Экономика, политика, культура, 12, Декабрь 2010. - С. 3-26.
10. Рохас Агирре Карлос Антонио. Латинская Америка на распутье. Социальные движения и смерть современной политики. / Пер. с исп. – М.:Кругъ, 2012. - 160 с.
11. Сампайю Ж. «Мягкая сила» - веление современности. // Международная жизнь, 9, Сентябрь 2010. - С. 1-11.
12. Campbell F.E., Herman R.A., Noble D. Contradictions in “reputation management” // Journal of Communication Management Vol. 10 No. 2, 2006 – P. 191-196.
13. MAJ Craig C. Colucci. Shaping Colombia’s Stability through Strategic Communication: Evaluating U.S. Effectiveness . United States Army School of Advanced Military Studies United States Army Command and General Staff College Fort Leavenworth, Kansas AY, 2009. – P.24.
14. Renouveau politique et nouvelle donne diplomatique en Amérique latine. La Revue internationale et stratégique – N 78. Eté 2010.
15. Tuominen Pekka. Emerging metaphors in brand management: towards a relational approach University of Tampere, Tampere, Finland. // Journal of Communication Management Vol. 11 No. 2, 2007 – P. 182-191.