

# Стратегическая коммуникация США, ЕС и Китая

Эдуард БУДАНЦЕВ

**В** большинстве стран мира планирование, формирование, управление информационными ресурсами и их использование всегда координируются с военными и гражданскими властями в целях эффективного решения задач обеспечения национальных интересов.

Ключевым интегративным механизмом такой координации является **стратегическая коммуникация** (СК), впервые обозначенная как таковая в 2004 г. в аналитическом докладе Министерства обороны США<sup>1</sup>.

Спустя два десятилетия стратегическая коммуникация стала отдельной академической дисциплиной и ядром быстро растущей области междисциплинарных исследований информации. Разработаны теоретические основания новой дисциплины, прослежены векторы её эволюции. При этом сохраняется определённый разрыв между прикладной, инструментальной природой стратегической коммуникации и её академической институционализацией.

Сравнительный анализ академических подходов к изучению стратегической коммуникации в национальных исследовательских традициях её изучения США, Европы и Китая позволяет выявить не только концептуальные различия, но и общие направления дальнейшего развития всей дисциплины.

---

**БУДАНЦЕВ Эдуард Владимирович** – председатель коллегии адвокатов «Диктатура Закона» г. Москвы, Почётный адвокат России. *E-mail*: budantsev.e@dz-group.ru

**Ключевые слова:** стратегическая коммуникация, США, Европа, Китай, контроль нарратива, информационная безопасность.

<sup>1</sup> U.S. Department of Defense. Report of the Defense Science Board Task Force on Strategic Communication. Washington, D.C.: Office of the Under Secretary of Defense for Acquisition, Technology, and Logistics, September 2004. P. 13.

## США: контроль нарратива

Формирование американской исследовательской традиции происходило в тесной связи с практикой национальной безопасности и военного планирования.

Одним из первых теоретиков, определивших понятийные рамки стратегической коммуникации, стал Дж. Хаттон, который предложил объединить связи с общественностью (PR), менеджмент и маркетинг в единую рамку и определил её как «управление стратегическими отношениями»<sup>2</sup>. Этим он заложил основу будущего понимания стратегической коммуникации как функции интеграции разных форм обмена сообщениями структур и людей между собой.

В дальнейших исследованиях СК в США ключевую роль сыграли работы К. Пола и У. Марчеллино, учёных из *RAND Corporation*. К. Пол обосновал модель пяти уровней СК – от национальных целей до анализа аудитории и обратной связи. Он подчёркивал необходимость отличать стратегическую коммуникацию от корпоративных коммуникаций: первая является механизмом поддержки государственной стратегии, а вторая ограничивается внутриорганизационными задачами<sup>3</sup>.

У. Марчеллино предложил соединить СК с риторическим и дискурсивным анализом и не слишком полагаться на монологическую модель. По его мнению, акцент на «контроле

нарратива» и «честной прозрачности фактов» ограничивает эффективность коммуникации, если игнорируется культурный контекст аудитории. Он иллюстрирует это на примере двух версий предсмертного обращения смертника Хаммама Халида аль-Балави, устроившего в 2009 г. теракт на базе *Chapman* в Афганистане.

Как отмечает У. Марчеллино, арабская версия этой речи была построена на приёмах ритма и повторения, что соответствует традиционным дискурсивным стратегиям арабской культуры, где многократное утверждение одной и той же мысли воспринимается как доказательство искренности и убеждённости говорящего. При этом авторы использовали исключительно местоимения во множественном числе (мы, наши братья), усиливая эффект коллективной идентичности и сопричастности адресата.

В отличие от этого, английская версия была оформлена в соответствии с западной риторической традицией: она начиналась с преамбулы, в которой подчёркивалась добродетель и моральная чистота говорящего, делался акцент на этосе и личном я.

Таким образом, при сходстве содержания один и тот же текст был «упакован» в разные культурные коды: в арабском случае – через повтор и коллективность, в английском – через индивидуальную моральную позицию<sup>4</sup>.

<sup>2</sup> Hutton J.G. The Definition, Dimensions, and Domain of Public Relations // *Public Relations Review*. 1999. Vol. 25. № 2. P. 199-214.

<sup>3</sup> Paul C. Strategic Communication is Vague: Say What You Mean // *Joint Force Quarterly*. 2010. № 56. P. 10-13.

<sup>4</sup> Marcellino W.M. Revisioning Strategic Communication through Rhetoric and Discourse Analysis // *Joint Force Quarterly*. № 74 (3rd Quarter 2014). P. 56.

Противники США таким способом продемонстрировали умение учитывать культурный контекст и создавать свои версии событий под разные аудитории, тогда как американская сторона нередко ограничивалась переводом и фактической подачей информации, упуская из виду саму риторическую структуру. Эта структура, а также ритм, формы обращения

и пр. тоже являются аргументами и средствами убеждения. Суммируя подходы Дж. Хаттона, К. Пола и У. Марчеллино как ключевых теоретиков СК в США, можно заключить, что американская школа характеризуется доктринальной направленностью, тесной связью с военной практикой, прагматизмом и инструментальным подходом к коммуникации.

## Европейская школа: рефлексивный поворот

**В** Европе стратегическая коммуникация как самостоятельная дисциплина институционализировалась позднее, чем в США, но получила более широкое и критическое осмысление.

Отправной точкой исследований стала статья «Определяя стратегическую коммуникацию» пяти авторов (К. Халлахана и др.), ставших впоследствии ведущими исследователями СК в Европе. Стратегическая коммуникация была определена как «целенаправленное использование коммуникации организацией для выполнения своей миссии», что расширило рамки её понимания и интерпретации<sup>5</sup>.

Большое влияние на исследования СК оказала концепция «коммуникационной сетки» профессора Амстердамского университета Б. ван Рулер. Она выделила четыре базовые стратегии коммуникации: информирование, убеждение, диалог и консенсус,

которые выбираются в зависимости от специфики коммуникативной ситуации<sup>6</sup>. В дальнейшем совместно с профессором Университета Любляны Д. Верчишем ван Рулер сформулировала не менее значимую концепцию «рефлексивного управления коммуникацией», где акцент в процессе общения сделан на этике, легитимности и социальной ответственности<sup>7</sup>.

Важнейшее значение в европейских исследованиях стратегической коммуникации имеют два проекта *ЕВОК* и *ЕСМ*. Проект *ЕВОК* – Европейский свод знаний по связям с общественностью (*European Body of Knowledge on Public Relations*) – был запущен в 1998 г. и является теоретико-методологической платформой исследований СК в Европе. В нём были выделены ключевые инструменты профессии: нетворкинг со стейкхолдерами, коммуникационные навыки, диалог, работа с информацией и чувствительность к трендам.

<sup>5</sup> Hallahan K., Holtzhausen D., Ruler B. van, Verčič D., Sriramesh K. Defining Strategic Communication // International Journal of Strategic Communication. 2007. Vol. 1. № 1. P. 3.

<sup>6</sup> Ruler B. van. The communication grid: an introduction of a model of four communication strategies // Public Relations Review. 2004. Vol. 30. № 2. P. 139-140.

<sup>7</sup> Ruler B. van, Verčič D. Reflective Communication Management, Future Ways for Public Relations Research // Communication Yearbook 29 / Ed. by P.J. Kalbfleisch. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 2005. P. 250-251.

Определены базовые знания для специалистов – понимание коммуникации как процесса и поддержание открытых отношений. Также зафиксированы главные проблемные зоны: слабое стратегическое влияние PR, недостаточная теоретическая разработанность и размытость статуса дисциплины в академическом поле. Важным итогом проекта стало формирование концепции четырёх измерений европейских коммуникаций – управленческое, техническое, рефлексивное и образовательное, которая легла в основу дальнейшей академической дискуссии и стала теоретическим ориентиром для исследований стратегической коммуникации в Европе<sup>8</sup>.

Проект ЕСМ – Европейский коммуникационный монитор (*European Communication Monitor*) – является крупнейшим в мире лонгитюдным (ежегодные опросы с середины 2000-х годов) социологическим исследованием профессионального поля стратегической коммуникации, фиксирующим динамику ролей, навыков и этических дилемм в коммуникационном менеджменте<sup>9</sup>.

В отличие от проекта ЕВОК проект ЕСМ – это практикоориентированное исследование. Его результаты показали, что ключевым вызовом для европейцев в области выстраивания коммуникативных процессов органов власти с обществами остаётся построение доверия общества к организациям, коммуникаторам и

самой информации. В этой связи Р. Тенч, Д. Верчич, А. Церфасса и А. Морено в работе «Совершенство коммуникаций: как разрабатывать, управлять и выстраивать превосходные коммуникации», систематизировав данные ЕСМ, вывели девять принципов «коммуникационной экселленции». Эти принципы существуют на трёх уровнях: организации (глобализированность, медиатизация, рефлексивность), её отдела коммуникаций (встроенность, опора на данные, стратегичность и др.) и самих работников-коммуникаторов (мудрость, способность строить и поддерживать широкие сети контактов, этичность). Эти качества, где центральное место занимают компетентность, интеграция и этика, по замыслу авторов исследования, должны определять идеал стратегических коммуникаций в Европе<sup>10</sup>.

В целом связка «ЕВОК – ЕСМ» задаёт европейской традиции одновременно нормативный каркас (четыре измерения) и эмпирическую верификацию повестки (приоритет диалога и отношений со стейкхолдерами и др.).

Тем самым европейская школа СК трактует стратегическую коммуникацию не как инструмент «контроля нарратива», а как управление отношениями и легитимностью через двусторонние процессы, рефлексию организационных ценностей и повышение коммуникативной компетентности.

<sup>8</sup> Ruler B. van, Verčič D., Bütschi G., Flodin B. The European body of knowledge on public relations communication management: The report of the Delphi Research project 2000. Ghent/Ljubljana: European Association for Public Relations Education and Research, 2000. P. 23.

<sup>9</sup> European Communication Monitor (ECM) // URL: <https://www.communicationmonitor.eu>

<sup>10</sup> Tench R., Verčič D., Zerfass A., Moreno A. & Verhoeven P. Communication Excellence. How to Develop, Manage and Lead Exceptional Communications. Cham: Palgrave Macmillan, 2017. – 330 p.

Европейская традиция стратегической коммуникации отличается более поздней институционализацией, но и более широким спектром крити-

ческого осмысления. Её чертами являются плюралистичность определений СК с акцентом на рефлексивном подходе к коммуникации.

### Китай: опора на национальную философию

Китайские учёные Хаохань Мэн, Цинся Сю и Цзиньхуа Сунь в исследовании «Переосмысление эмпирического механизма стратегической коммуникации США в эпоху интеллектуальных медиа: тенденции, ограничения и китайские контрмеры» анализируют тенденции в эмпатическом механизме, используемом в стратегических коммуникациях США в эпоху интеллектуальных медиа<sup>11</sup>. Авторы прослеживают эволюцию американской стратегической коммуникации и подчёркивают, что сегодня СК США времён холодной войны сместилась от военной пропаганды к «мягкой культурной инфильтрации», но её основной целью всё равно остаётся экспорт идеологии и закрепление гегемонии в международном дискурсивном пространстве. Используются макроуровень (выбор тем, фабрикация сюжетов, расстановка ролей) и микроуровень (координация ресурсов, контроль каналов, манипуляция информацией). Авторы утверждают, что в эпоху «умных медиа» стратегическая коммуникация США всё больше строится на эмоциональной вовлечённости, а не только на фактах или пропаганде. Механизм вовлечённости делится на три стадии: во-первых, эмоциональная сти-

муляция и далее запуск физиологической реакции, где мультимодальные медиа (звук, 3D, VR, даже игры) вызывают сильное сенсорное воздействие. Так рождается вторая стадия – эмоциональное заражение – широкое вовлечение и резонанс аудитории, эмпатическое участие, где *big data* и социальные сети создают «интерфейсы вовлечения». Третьей стадией является когнитивное формирование – закрепление желаемых установок и моделей восприятия, ИИ интегрируют обратную связь аудитории, позволяя моделировать социальную когницию почти в реальном времени.

Однако несмотря на все технологические достижения СК США, китайские авторы выделяют три его перекоса: дефицит эмпатии из-за роста информационного шума, нарушение принципов эмпатии из-за кризиса дискурсивного управления, причиной чего являются фейковые новости, падение доверия, несоответствие стратегий и реального контроля, и, наконец, кризис эмпатии из-за дисбаланса чувственного и рационального: преобладание эмоций (страх, ненависть) над рациональностью ведёт к «постэмоциональному обществу».

<sup>11</sup> Meng H., Xu Q., Sun J. Rethinking the Empirical Mechanism of the United States Strategic Communication in the Era of Intelligent Media: Trends, Constraints and Chinese Countermeasures // Proceedings of the 2023 3rd International Conference on Social Development and Media Communication (SDMC 2023). Vol. Advances in Social Science, Education and Humanities Research. Nanjing: Atlantis Press, 2023. P. 354-362.

В противовес этому авторы предлагают китайские контрмеры, а именно: использование философии тай цзи – «известное ныне графическое изображение тай цзи в виде так называемой монады, т. е. тёмного и светлого зародышей (или “рыбок”), соединённых в круге и символизирующих силы инь ян»<sup>12</sup>.

Авторы предлагают использовать тайцзицюань как метафору – гиб-

кость, баланс, мягкость против жёсткости. Стратегиями коммуникации тогда становятся акцент на мягком в преодолении жёсткого, создание позитивного образа Китая через участие в миротворчестве и гуманитарных проектах, активное использование новых медиа (стриминг, блогеры, короткие видео), продвижение глобальных идей (например, «сообщество единой судьбы человечества»).

### Сравнительный анализ

**С**равнительный анализ ключевых положений академических подходов США, Европы и Китая к исследованиям стратегической коммуникации показывает, что *американская школа* формировалась в тесной связи с военной практикой и характеризуется инструментальностью и акцентом на «контроль нарратива».

*Европейская школа* возникла позднее, но приобрела более институционализированный и рефлексивный характер: в центре стоят проблемы выстраивания доверия, диалога, этики и социальной ответственности.

*Китайский подход* опирается на культурно-философские традиции (тай цзи) и современные цифровые технологии, предлагая контргегемонистский дискурс, ориентированный на «мягкую силу» и адаптацию к ценностям аудитории.

Общим остаётся признание стратегической коммуникации инструментом долгосрочного влияния и управления восприятием, но раз-

личия проявляются в институциональных контекстах и ценностных ориентирах.

Таблица систематизирует ключевые параметры стратегической коммуникации в американской, европейской и китайской исследовательских традициях. Она отражает не прикладные кампании, а академические подходы к определению целей, инструментов и ограничений стратегической коммуникации.

Сравнительный анализ свидетельствует о множественности исследовательских парадигм в области стратегической коммуникации как академической дисциплины. Эти различия отражают не только научные традиции, но и специфику политических и культурных контекстов, в которых формируются школы дисциплины. Их сопоставление позволяет лучше понять как универсальные элементы дисциплины, так и уникальные особенности её развития в разных странах и регионах мира.

<sup>12</sup> Кобзев А. И. Тай цзи // *Новая философская энциклопедия*. М.: Мысль, 2010 // URL: <https://iphlib.ru/library/collection/newphilenc/document/HASH01c5f2f480579f37e64aabc5>

### Сравнительные параметры стратегической коммуникации в США, Европе и Китае

Параметр	США	Европа	Китай (контр-модель)
Основная цель	Поддержка национальной стратегии, интеграция коммуникаций ради национальной безопасности	Управление отношениями и легитимностью, институционализация коммуникаций, акцент на доверии и социальной ответственности	Создание позитивного имиджа и продвижение идеи «сообщества единой судьбы человечества»
Механизм влияния	«Контроль нарратива»; пятиуровневая модель (от национальных целей до обратной связи); риторика и дискурс как инструменты убеждения	Четыре базовые стратегии (информирование, убеждение, диалог, консенсус); рефлексивное управление коммуникацией; ориентация на диалог и этику	Философия тай цзи: баланс жёсткого и мягкого, «мягкая сила»
Инструменты	PR, менеджмент, маркетинг, государственные информационные кампании; анализ аудитории и обратной связи	ЕВОК (нормативный каркас: четыре измерения), ЕСМ (лучшая мировая база эмпирики), фокус на этике, оценке и интеграции	Новые медиа (видео-платформы, блоги), культурные нарративы, гуманитарные проекты
Стратегии	Инструментальный подход; акцент на прозрачности фактов и контроль информации; риторическая адаптация под аудиторию	Рефлексивный поворот: диалог, доверие, интеграция, легитимность	«Мягкое преодоление жёсткого», гармонизация эмоций и рациональности, позитивный дискурс
Ограничения	Односторонняя, монологическая модель; игнорирование культурного контекста аудитории; риск низкой эффективности	Поздняя институционализация, неустойчивый статус в академии, размытость границ с PR	Риск отставания в технологиях, необходимость адаптации глобальных идей к локальным аудиториям
Фокус на аудитории	Массовая аудитория; восприятие через контроль нарратива и государственные информационные кампании	Приоритет отношений со стейкхолдерами, демократические ценности, социальная ответственность	Уважение к культурным различиям, адаптация риторики под ценности аудитории
Идеологическая база	Либеральная демократия плюс национальная безопасность плюс военная практика	Плюралистичность определений, институциональный контекст, этика, рефлексивность	Культурная традиция (тай цзи, гармония, баланс) плюс концепт «мирного развития Китая»

Источник. Составлено автором на основе анализа американской, европейской и китайской исследовательских традиций

Академические исследования стратегической коммуникации формируют самостоятельную дисциплину, где сосуществуют разные школы и подходы.

Американская традиция опирается на военную практику и инструментальность, европейская – на институционализацию, рефлексивность и демократические ценности, китайская – на синтез культурно-философских оснований и цифровых технологий.

Эта множественность моделей отражает не только различие академических традиций, но и специфику политических и культурных контекстов, в которых формируются национальные школы. Стратегическая коммуникация постепенно преодолевает разрыв между своей прикладной, инструментальной природой и академической институционализацией. Однако вряд ли этот разрыв исчезнет совсем. Сравнительный анализ показывает, что, несмотря на различия в ценностных ориентирах и институциональных условиях, общим остаётся признание стратегической коммуникации ключевым внешне- и внутривнутриполитическим инструментом долгосрочного влияния и управления восприятием политики аудиторией. Прикладное измерение стратегической коммуникации всё же определяет направления её академического исследования.

## Библиография • References

- Кобзев А. И.* Тай цзи // Новая философская энциклопедия. М.: Мысль, 2010 // URL: <https://iphlib.ru/library/collection/newphilenc/document/HASH01c5f2f480579f37e64abc5>
- European Communication Monitor (ECM) // URL: <https://www.communicationmonitor.eu>
- Hallahan K., Holtzhausen D., Ruler B. van, Verčič D., Sriramesh K.* Defining Strategic Communication // International Journal of Strategic Communication. 2007. Vol. 1. № 1. P. 3-35.
- Hutton J.G.* The Definition, Dimensions, and Domain of Public Relations // Public Relations Review. 1999. Vol. 25. № 2. P. 199-214.
- Marcellino W.M.* Revisioning Strategic Communication through Rhetoric and Discourse Analysis // Joint Force Quarterly. № 74 (3rd Quarter 2014). P. 52-57.
- Meng H., Xu Q., Sun J.* Rethinking the Empirical Mechanism of the United States Strategic Communication in the Era of Intelligent Media: Trends, Constraints and Chinese Countermeasures // Proceedings of the 2023 3rd International Conference on Social Development and Media Communication (SDMC 2023). Vol. Advances in Social Science, Education and Humanities Research. Nanjing: Atlantis Press, 2023. P. 354-362.
- Paul C.* Strategic Communication Is Vague: Say What You Mean // Joint Force Quarterly. 2010. № 56. P. 10-13.
- Ruler B. van, Verčič D.* Reflective Communication Management, Future Ways for Public Relations Research // Communication Yearbook 29 / Ed. by P.J. Kalbfleisch. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 2005. P. 239-274.
- Ruler B. van, Verčič D., Bütschi G., Flodin B.* The European body of knowledge on public relations communication management: The report of the Delphi Research project 2000. Ghent/Ljubljana: European Association for Public Relations Education and Research, 2000. – 27 p.

*Ruler B. van.* The communication grid: an introduction of a model of four communication strategies // *Public Relations Review*. 2004. Vol. 30. № 2. P. 123-143.

*Tench R., Verčič D., Zerfass A., Moreno A. & Verhoeven P.* Communication Excellence. How to Develop, Manage and Lead Exceptional Communications. Cham: Palgrave Macmillan, 2017. – 330 p.

U.S. Department of Defense. Report of the Defense Science Board Task Force on Strategic Communication. Washington, D.C.: Office of the Under Secretary of Defense for Acquisition, Technology, and Logistics, September 2004. – 111 p.

Статья поступила в редакцию 20 января 2026 г.

Статья принята к публикации 3 февраля 2026 г.

### **УВАЖАЕМЫЕ АВТОРЫ!**

**Просим обратить внимание на изменения требований к подготовке сопроводительной документации.**



**<https://www.observer-journal.ru/jour/about/submissions#authorGuidelines>**