УДК 327

DOI 10.17506/articles.mobility.2018.8192

Ковба Дарья Михайловна,

кандидат политических наук, младший научный сотрудник,

Институт философии и права

Уральского отделения Российской академии наук,

г. Екатеринбург,

E-mail: dmkovaljova@mail.ru

ORCID: 0000-0002-2048-0967

Международные коммуникации: дипломатия в эпоху цифровых технологий

В статье анализируется феномен цифровой дипломатии в современную эпоху, исследуются предпосылки ее возникновения, виды и характерные черты. Предлагается перенести понятие социальной мобильности на уровень международных отношений и отследить существующие там иерархии. Указывается, что геополитический ландшафт характеризуется ограниченной мобильностью, так как небольшое число государств доминирует и производит повестку дня. Несмотря на это, менее влиятельные государства могут конкурировать с более влиятельными в области цифровой дипломатии. Перечисляются нюансы осуществления дипломатии в сети Интернет: 1) необходимость значительного объема ресурсов и штата специалистов; 2) важность продумывания цифровой тактики и стратегии; 3) способность осуществлять быструю обратную связь; 4) сложность контроля кампаний в социальных сетях; 5) невозможность гарантировать результат. Указывается, что важно интегрировать цифровые инструменты в более широкие дипломатические стратегии. Перспективными направлениями автору видятся использование образовательных игр для влияния на общественное мнение, а также совместная работа дипломатов и разработчиков для создания новых цифровых инструментов. Раскрывается содержание терминов, описывающих влияние Интернета на дипломатию («кибер», «е», «виртуальная», «веб 2.0» и другие). Так, приставка «кибер» по отношению к дипломатии сегодня практически не используется. То же можно сказать о префиксе «виртуальный». Префикс «е» (электронный) используется в русскоязычных исследованиях, но в англоязыч-

ных текстах употребляется, в основном, в бизнесе (электронная коммерция). Префикс «цифровая» эволюционировала от использования в вопросах развития и описания цифрового разрыва до более широкого применения государственным сектором. Делается вывод о том, что в современную эпоху цифровая дипломатия является важным дополнением деятельности традиционной дипломатии.

Ключевые слова:

цифровая дипломатия, международные отношения, электронная дипломатия, цифровые стратегии, мобильность в социальных сетях.

Социальная мобильность, понимаемая как способность индивидов и групп перемещаться в социальной иерархии с учетом изменения в уровне дохода, профессии, образовании, является важным маркером оценки состояния общества. Отсутствие возможности перемещения свидетельствует о социальном застое, возможном лишении прав целых групп.

Некоторыми исследователями предлагается перенести понятие социальной мобильности на уровень международных отношений и отследить существующие там социальные иерархии. Так, утверждается, что сегодняшний геополитический ландшафт характеризуется ограниченной социальной мобильностью, так как малая группа наций доминирует на международной арене и производит глобальную повестку дня. Более мелкие и менее влиятельные государства, например, африканские, не могут изменить свое положение в иерархии, оказываются маргинализированными [Manor, 2015b].

Тем не менее, существует по крайней мере одна область, в которой более мелкие государства могут успешно конкурировать с доминирующими мировыми державами – это *цифровая дипломатия*. Благодаря ей осуществляется «мобильность в социальных сетях», посредством которой небольшие государства могут оказаться в центре международной дипломатии.

Так ли это на самом деле? Современные социальные медиа нельзя назвать легким и низкобюджетным инструментом для дипломатов. При осуществлении цифровой дипломатии можно столкнуться с тем, что кампании в социальных сетях трудно контролировать. Кроме того, участие в цифровой ди-

пломатии требует значительного объема ресурсов, специалистов, наличие стратегии и тактики.

Эффективные кампании являются довольно ресурсоемкими. Современная цифровая дипломатия – это не просто одностороннее вещание, но и участие в обсуждении, ответы на комментарии, вопросы, сообщения. Неспособность дать обратную связь интерпретируется как незаинтересованность или высокомерие. Необходим штат сотрудников, которые бы следили за сообщением, обладали навыками дачи быстрых и гибких ответов в режиме реального времени. Это создает проблемы для иерархически структурированных дипломатических служб и министерств иностранных дел.

Результативность кампании в сетях трудно гарантировать. Даже если она станет вирусной, исход может быть не таким, как ожидался, а даже контрпродуктивным. Например, в ночь с 14 на 15 апреля 2014 года 276 учениц женского пола были похищены из правительственной средней школы в Нигерии террористической группой Боко Харам. Кампания в Twitter, благодаря Мишель Обама и равнодушным пользователям, с тэгом #bringbackourgirls быстро стала вирусной. Но почти 3 года спустя только 21 девушка вернулась, и ни одна из них не была упомянута в этой кампании. Тэг #bringbackourgirls не поспособствовал поиску студенток, зато превратил организацию Боко Харам из малоизвестной региональной террористической группы в широко известную.

Правительственные кампании в социальных сетях могут не иметь эффекта. Даже если они достигают узких целей, они могут идти вразрез с национальными интересами. Например, группа специалистов, работающая в рамках стратегии массовых коммуникаций британского МИДа, поставила перед собой цель бороться с российской пропагандой, предоставляя точную информацию о местах воздушных ударов в Сирии. Они оспаривали заявления российского правительства о том, что удары были нанесены лишь по исламским экстремистским группам. Специалисты использовали Twitter для передачи информации общественности, а журналисты в средствах массовой информации предъявляли России претензии. Сложившаяся ситуация была негативно оценена российскими политиками [Riordan, 2016b]. Получилось, что кампания по-своему достигала цели и имела успех. Однако российская сторона не подчинилась мнениям общественности и не изменила стратегию ударов.

В итоге действия британцев привели к еще большей напряженности между Лондоном и Москвой и уменьшили способность Британии влиять на поведение российской стороны в будущем. Таким образом, компания в сети Twitter не стала частью широкой дипломатической стратегии по продвижению британских интересов.

Эти примеры не означают, что социальные медиа бесполезны для дипломатов, но их ограничения нужно принимать в расчет, интегрировать цифровые инструменты в более широкие дипломатические стратегии. Отметим, что нам видится перспективным использование образовательных игр для влияния на общественное мнение, а также совместная работа дипломатов и разработчиков для создания новых цифровых инструментов.

Дискуссия о дипломатии в эпоху цифровых технологий изобилует терминологией: это «кибердипломатия» (cyber diplomacy), «электронная дипломатия» (e-diplomacy), «цифровая дипломатия» (digital diplomacy) и «виртуальная дипломатия» (virtual diplomacy), «дипломатия 2.0». Все префиксы описывают влияние интернета на дипломатию.

1. *«Кибер»*. Этимология префикса «кибер» восходит к древнегреческому значению «управляющего». Термин «кибер» вошел в употребление благодаря книге Норберта Вайнера «Кибернетика», и означает управление, ориентированное на информацию. Рост использования префикса «кибер» последовал за ростом Интернета, и в конце 1990-х годов почти все, что связано с Интернетом, было «кибер»: кибер-преступник, киберкультура и т. д. В начале 2000-х годов приставка «кибер» постепенно исчезла из широкого использования, оставаясь востребованной только в терминологии безопасности. Некоторые авторы предлагают использовать термин кибердипломатия при указании на использование дипломатических инструментов и дипломатического решения проблем, которые возникают в киберпространстве [Riordan, 2016a].

2. *«Е»* – сокращение слова «электронный». Префикс напрямую связан с появлением электронной коммерции. В Лиссабонской повестке дня ЕС (2000 г.) префикс «е» использовался очень часто. «Е-» также был основным префиксом в заявлениях WSIS – Всемирной встречи на высшем уровне по вопросам информационного общества (Женева, 2003 г.; Тунис, 2005 г.). Последующая реализация декларации WSIS сосредоточена на таких направлениях деятельности, как электронное прави-

тельство, электронный бизнес, электронное обучение, электронное здравоохранение, электронная занятость, электронное сельское хозяйство и электронная наука. На Западе использование префикса «е» постепенно вышло из моды. Даже ЕС недавно отказался от «е-», пытаясь, скорее всего, дистанцироваться от провала Лиссабонской повестки дня.

3. *«Цифровой»* отсылает нас к двум цифрам – «1» и «0», которые являются основой мира Интернет. Раньше данный термин применяли для описания цифрового разрыва. В последние годы этот префикс начал завоевывать языковое интернет-пространство. Когда Председатель Европейской комиссии Жан-Клод Юнкер (занял пост в 2014 г.) представлял пятилетний политический план, он использовал префикс «цифровой» 10 раз. Сегодня не только ЕС, но и Великобритания имеет цифровую дипломатию. Исследователи отмечают, что Twitter и Facebook в настоящее время являются самыми популярными электронными инструментами, используемыми министерствами иностранных дел во всем мире [Digital diplomacy, 2016].

4. *«Виртуальный»* – имеет отношение к нематериальной природе Интернета. Может означать как неосязаемую реальностью (ее нельзя потрогать), так и несуществующую реальность (ложную). Использовался пионерами Интернета, чтобы подчеркнуть появление «дивного нового мира». «Виртуальный» из-за его двусмысленного значения редко появляется в международных документах и политическом языке [Kurbalija, 2015].

5. *«Дипломатия 2.0»*. Понятие «Web 2.0» ввел в 2005 году американский издатель Тим О-Райли. Оно означает методику проектирования систем, которые путем учета сетевых взаимодействий становятся тем лучше, чем больше людей их использует. Особенностью Web 2.0 является принцип привлечения пользователей к наполнению и многократной выверке информационного материала. Это сервисы, активно развиваемые и улучшаемые самими пользователями (блоги, вики-проекты, социальные сети). Развитие технологий в этой области идет в следующей логике:

Web 1.0 – контент генерируется администрацией сайта (сайты до 2005 года). Нет возможности оставить комментарий, оценить материал.

Web 2.0 – контент генерируется пользователями, но модерируется администрацией.

Web 3.0 – контент генерируется и модернизируется пользователями сайта.

Термин «*Публичная дипломатия 2.0*» впервые употребил заместитель госсекретаря США Глассман в 2008 г., обозначив новый подход, предполагающий использование социальных сетей, блогов, игровых мобильных приложений для реализации внешнеполитических задач США [Марчуков, 2014]. Публичная дипломатия 2.0 противопоставляется дипломатии 1.0, которая означает простое размещение дипломатических пресс-релизов и отсутствие интерактивности. В настоящее время данный термин выходит из употребления. Он дискредитировал себя, так как часто использовался с целью рекламы, просто как модное слово или для завышения реальной стоимости проекта.

Помимо общих префиксов, так или иначе выражающих причастность дипломатии к сети Интернет, существует и ряд специальных, указывающих на использование отдельных платформ социальных сетей (например, Facebook-дипломатия, Twitter-дипломатия, YouTube-дипломатия). Как утверждает [Корнев, 2014], создатель социальной сети Facebook М. Цукерберг проектировал ее просто как средство общения между людьми и не ставил перед собой задачи сделать из нее инструмент политического влияния. В настоящее время многие пользователи, применяя мобильные устройства, в буквальном смысле живут в ней в режиме онлайн. Это создает возможность прямого обращения к людям в любое время суток. Настолько быстрый отклик аудитории потенциально способен изменить политическую картину мира. В частности, социальная сеть Facebook может использоваться для информирования, построения имиджа, формирования повестки дня, мобилизации населения. Это серьезный индикатор общественного настроения и состояния сознания масс. Наибольшее влияние может иметь сочетание подготовительных действий офлайн (налаживание инфраструктуры, подготовка активистов) с действиями онлайн [Корнев, 2014].

Таким образом, можно сделать вывод о том, что сегодня в войне за префиксное господство наступило перемирие. «Кибер» сохраняет свое господство в вопросах безопасности. «Е» по-прежнему является предпочтительным префиксом для бизнеса. Префикс «Цифровая» эволюционировала от использования в вопросах развития и описания цифрового разрыва до более широкого применения государственным сектором.

Возможно использование терминов «цифровая дипломатия» и «электронная дипломатия» как взаимозаменяемых. Термин «Виртуальный» практически не используется.

Ключевыми событиями, которые показали необходимость обращения к цифровой дипломатии, называются следующие [Manor, 2015a]:

1. *Арабская весна*. Большинство стран не предвидели этих демократических всплесков, поскольку они не слушали важные разговоры, происходящие между египтянами или тунисцами в Интернете. Правительства вскоре поняли, что если общественность сейчас собирается в Интернете, то они также должны быть в сети.

2. Второе событие – рождение *гражданской журналистики*, которое стало возможным благодаря социальным сетям, таким как Facebook. Вооруженные сотовыми телефонами, протестующие Оранжевой революции на Украине или Зеленой революции Ирана распространяли информацию о том, что происходит в их странах для глобальной аудитории. Скорость, с которой информация теперь доступна в Интернете, требовала от правительств такого же быстрого реагирования. Это означало, что правительствам также приходилось следить за информацией, доступной в социальных сетях.

3. Третьим событием было *использование Интернета террористическими группами* для распространения их идеологий и повествований после 11 сентября. Это также побудило правительства выйти в Интернет.

Активное использование цифровой дипломатии в политической сфере началось еще в 2002–2003 годах в США при администрации Дж. Буша-младшего. В то время вещательные форматы телевидения и радио начали переносить в сеть Интернет, что создавало возможность получения быстрого отклика от аудитории. В 2006 г. госсекретарь К. Райс запустила официальный блог Госдепартамента США (Dipnote) и сформировала группу анализа и мониторинга сведений о стране в социальных сетях (Digital Outreach Team). В то же время начал работу правительственный портал America.gov. С 2009 года инструменты цифровой дипломатии начинают использоваться еще более интенсивно. Наряду с открытыми программами появляются негласные направления подготовки интернет-активистов, создаются платформы, неподконтрольные официальным властям различных государств мира. Такие действия обосновывались необходимостью бороться за идеалы демократии и гласности.

Естественно, данные инициативы не встретили поддержки у правительств. В частности, в России с 2010 г. ведется работа по усилению кибербезопасности [Корнев, 2014].

Исследование и обсуждение цифровой дипломатии идет бурными темпами. В феврале 2017 года состоялся Лагерь цифровой дипломатии в Гааге, организованный министерством иностранных дел Нидерландов. Дискуссия подчеркнула необходимость перехода от цифровой тактики к цифровым стратегиям. *Цифровую тактику* можно понимать как попытки дипломатов использовать цифровые инструменты, чтобы охватить широкие онлайн-аудитории, создать онлайн-контент, который может стать вирусным, увеличить число подписчиков. Цифровая тактика оценивается с помощью простых параметров взаимодействия, таких как количество посетителей на веб-сайте, количество лайков и акций в социальных сетях, общее количество подписчиков. Напротив, *цифровые стратегии* используют цифровые платформы для достижения конкретной дипломатической цели, заранее определенной и измеримой. Цель определяет целевую аудиторию, в то время как целевая аудитория определяет используемую платформу.

Переход от цифровой тактики к цифровым стратегиям основывается на четырех элементах [Bjola, 2018].

1) Более тесное сотрудничество между МИДом и негосударственными субъектами. Пример: при помощи негосударственных субъектов министерства могут привлекать аудиторию, увлеченную определенной областью политики (например, бурение в Арктике, свобода Интернета).

2) Во-вторых, переход к цифровым стратегиям требует четкого разграничения между деятельностью публичной дипломатии и кампаниями по национальному брендингу. В то время как кампании по национальному брендингу часто фокусируются на репутации страны, деятельность публичной дипломатии сосредоточена на привлечении конкретных аудиторий к конкретным дипломатическим целям. Не разделяя эти области, возникает риск неправильной оценки результатов (подсчет количества «лайков» вместо достижения реальных политических целей).

3) Цифровые стратегии должны использовать online-действия для дополнения offline-действий.

4) Наконец, цифровые стратегии требуют связи между отделами «front-end» МИДа и его «back-end». «Front-end» состоит из тех лиц, которые создают и распространяют онлайн-

сообщения. «Back-end» состоит из тех, которые оценивают эффективность обмена сообщениями посредством количественных и качественных показателей.

В целом можно констатировать, что цифровая дипломатия является важным дополнением деятельности традиционной дипломатии, без которой в настоящее время затруднительно участвовать в геополитической конкуренции.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

Корнев М. 2014. Дипломатия Веб 2.0: как Фейсбук и соцсети меняют мировую политику [Электронный ресурс]. URL: http://russiancouncil.ru/analytics-and-comments/analytics/diplomatiya-veb-2-0-kak-feysbuk-i-sotsseti-menyayut-mirovuyu/?sphrase_id=17828423 (дата обращения: 04.09.2018).

Марчуков А.Н. 2014. «Публичная дипломатия 2.0» как инструмент внешнеполитической деятельности // Вестн. Волгоград. гос. ун-та. Серия 4. № 4. С. 104–113.

Bjola C. 2018. From digital tactics to digital strategies: practicing digital PD [Электронный ресурс]. URL: <https://uscpublicdiplomacy.org/blog/digital-tactics-digital-strategies-practicing-digital-pd> (дата обращения: 18.03.2018).

Digital Diplomacy. E-diplomacy. Cyber diplomacy [Электронный ресурс], 2016. URL: <https://www.diplomacy.edu/e-diplomacy> (дата обращения: 20.02.2018).

Kurbalija J. 2015. Different prefixes, same meaning: cyber, digital, net, online, virtual, e- [Электронный ресурс]. URL: <https://www.diplomacy.edu/blog/different-prefixes-same-meaning-cyber-digital-net-online-virtual-e> (дата обращения: 20.02.2018).

Manor I. 2015a. Lessons from the evolution of digital diplomacy [Электронный ресурс], April. URL: <https://uscpublicdiplomacy.org/blog/lessons-evolution-digital-diplomacy> (дата обращения: 18.03.2018).

Manor I. 2015b. On social (media) mobility in digital diplomacy [Электронный ресурс], March. URL: <https://uscpublicdiplomacy.org/blog/social-media-mobility-digital-diplomacy> (дата обращения: 19.02.2018).

Riordan S. 2016a. Cyber diplomacy vs digital diplomacy terminological distinction [Электронный ресурс], May. URL: <https://uscpublicdiplomacy.org/blog/cyber-diplomacy-vs-digital-diplomacy-terminological-distinction> (дата обращения: 19.02.2018).

Riordan S. 2016b. Digital diplomacy in 2016: the need for strategy [Электронный ресурс], March. URL: <https://www.uscpublicdiplomacy.org/blog/digital-diplomacy-2016-need-strategy> (дата обращения: 04.09.2018).

References

Kornev M. Diplomatiya Veb 2.0: kak Feysbuk i sotsseti menyayut mirovuyu politiku [Web 2.0 Diplomacy: How Facebook and Social Networks Change World Politics], 2014, available at: http://russiancouncil.ru/analytics-and-comments/analytics/diplomatiya-veb-2-0-kak-feysbuk-i-sotsseti-menyayut-mirovuyu/?sphrase_id=17828423 (accessed September 04, 2018). (in Russ.).

Marchukov A.N. «Publichnaya diplomatiya 2.0» kak instrument vneshnepoliticheskoy deyatelnosti [“Public Diplomacy 2.0” as a tool of foreign policy], Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta, Seriya 4, 2014, vol. 4, no. 4, pp. 104–113. (in Russ.).

Bjola C. From digital tactics to digital strategies: practicing digital PD, 2018, available at: <https://uscpublicdiplomacy.org/blog/digital-tactics-digital-strategies-practicing-digital-pd> (accessed March 18, 2018).

Digital Diplomacy. E-diplomacy. Cyber diplomacy, 2016, available at: <https://www.diplomacy.edu/e-diplomacy> (accessed February 20, 2018).

Kurbalija J. Different prefixes, same meaning: cyber, digital, net, online, virtual, e-, 2015, available at: <https://www.diplomacy.edu/blog/different-prefixes-same-meaning-cyber-digital-net-online-virtual-e> (accessed February 20, 2018).

Manor I. Lessons from the evolution of digital diplomacy, April, 2015, available at: <https://uscpublicdiplomacy.org/blog/lessons-evolution-digital-diplomacy> (accessed March 18, 2018).

Manor I. On social (media) mobility in digital diplomacy, March, 2015, available at: <https://uscpublicdiplomacy.org/blog/social-media-mobility-digital-diplomacy> (accessed February 19, 2018).

Riordan S. Cyber diplomacy vs digital diplomacy terminological distinction, May, 2016, available at: <https://uscpublicdiplomacy.org/blog/cyber-diplomacy-vs-digital-diplomacy-terminological-distinction> (accessed February 19, 2018).

Riordan S. Digital diplomacy in 2016: the need for strategy, March, 2016, available at: <https://www.uscpublicdiplomacy.org/>

blog/digital-diplomacy-2016-need-strategy (accessed September 04, 2018).

Daria M. Kovba,

Candidate of Political Science, Junior Researcher,
Institute of Philosophy and Law
of the Ural Branch of the Russian Academy of Sciences,
Ekaterinburg,

E-mail: dmkovaljova@mail.ru

ORCID: 0000-0002-2048-0967

International Communications: Diplomacy in the Digital Age

Abstract

The article analyzes the phenomenon of digital diplomacy in the modern era, examines the prerequisites for its occurrence, types and characteristics. It is proposed to transfer the concept of social mobility to the level of international relations and track the hierarchies existing there. It is indicated that the geopolitical landscape is characterized by limited mobility, since a small number of states dominate and produce an agenda. Despite this, less influential states can compete with more influential ones in the field of digital diplomacy. The nuances of implementing diplomacy on the Internet are listed: 1) the need for a significant amount of resources and a staff of specialists; 2) the importance of thinking through digital tactics and strategy; 3) the ability to provide fast feedback; 4) the complexity of monitoring campaigns in social networks; 5) the inability to guarantee results. It is pointed out that it is important to integrate digital tools into broader diplomatic strategies. Promising areas for authors see the use of educational games to influence public opinion, as well as the joint work of diplomats and developers to create new digital tools. The content of terms describing the impact of the Internet on diplomacy (cyber, e, virtual, web 2.0 and others) is revealed. So, today the prefix cyber is practically not used in relation to diplomacy. The same can be said about the prefix virtual. The prefix E (electronic) is used in Russian-language studies, but in English-language texts it is used mainly in business (e-commerce). The prefix Digital has evolved from using in the development and description of the digital divide to wider use by the public sector. It is concluded that in modern

times digital diplomacy is an important complement to the activities of traditional diplomacy.

Keywords:

digital diplomacy, international relations, e-diplomacy, digital strategies, mobility in social networks.