

Секция «Журналистика»

Facebook и Twitter как инструменты американской цифровой дипломатии в России

Зуйкина Кристина Львовна

Студент

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Факультет

журналистики, Москва, Россия

E-mail: chris-zu@yandex.ru

В настоящее время, в результате широкого распространения интернет-технологий, наряду с традиционной публичной дипломатией начинает активно развиваться новый вид внешнеполитической деятельности США, официально названный Госдепартаментом «цифровой дипломатией» (“digital diplomacy”). Цифровая дипломатия - это способ воздействия на зарубежную аудиторию через новые медиа и технологии: социальные сети, блоги, электронные журналы, мобильные телефоны, программы интерактивного радио и телевидения и другие. Также предусматривается мониторинг социальных сетей, что позволяет американскому руководству направлять внешнеполитические дискуссии в нужное для него русло, выстраивать диалог с мировой общественностью и производить оценку того, «что говорят о США».

Цели новой публичной дипломатии, по сути, остаются прежними: улучшение образа своей страны, распространение своих ценностей за рубежом, безопасности в мире, гуманитарной помощи, международного взаимопонимания [5]. Изменяется зарубежная целевая аудитория, на которую направлено воздействие. Если раньше эту группу составляли лидеры в своих областях, зарубежная элита, то сегодня это молодые люди с активной гражданской позицией, которые не только являются активными пользователями новых медиа, блоггерами, но и сами часто являются создателями социально и политически значимых интернет-ресурсов, таким образом, создавая площадку для организации протестных акций. Целевая аудитория цифровой дипломатии получила название «граждан сети Интернет» (netcitizen).

В России с каждым годом растет число интернет-пользователей. Так, доля пользователей Интернета достигла 58% на апрель 2012 года (сравним с апрелем 2011 года - 53%). Все большее число россиян становятся пользователями различных социальных сетей. Самые популярные американские социальные сети среди наших сограждан – Фейсбук (Facebook) и Твиттер (Twitter). Они же, по данным социологических исследований, являются одними из самых динамично развивающихся социальных сетей в России. Если в 2010 году Фейсбук использовали только 5% россиян, то сегодня – 15 %. Для Твиттер эти показатели – 2 и 9 %, соответственно [3].

Поскольку Интернет является главной платформой для функционирования цифровой дипломатии, ее инструменты имеют возможность эффективного действия и распространения в нашей стране. По нашим подсчетам, в России их около 50. Среди наиболее популярных: сайт американского посольства в Москве, страница Госдепартамента в Твиттере «USA по Russki», Американский дневник, блог Майкла Макфола в Твиттере и другие.

Для примера использования американских социальных сетей в качестве инструментов цифровой дипломатии рассмотрим страницы американского посла в России и

посольства США в Твиттере и Фейсбуке.

Страница Майкла Макфола в Твиттере была создана 10 января 2012 года, через 20 дней после присяги в качестве посла в США. Отметим, что Макфол достаточно активен в российском Твиттере, а его число читателей постоянно увеличивается. Если в феврале 2012 года у его страницы было примерно 2400 подписчиков, то спустя год эта цифра составляет примерно 42 700 человек [4]! Твиттер посла обновляется регулярно. За день на его странице появляется от 1 до 30 его личных сообщений (твитов) или сообщений других пользователей, которые посол цитирует (ретвиты) на английском и русском. Больше всего ретвитов со страниц посольства США в России, Госдепартамента, и других госструктур. Среди российских СМИ выделяются ретвиты с ленты «РИА Новостей», радиостанций «Голос России» и «Радио Свобода», а также «Эхо Москвы». Темы сообщений посла: российско-американские отношения, разнообразие американской культуры, визовый вопрос, информационные сообщения, твиты личного характера, сообщения–отклики на происходящее в России. Анализ пользовательских ретвитов показал, что большинство сообщений позитивно окрашены: Макфол публикует сообщения других пользователей, которые считают его работу или работу американских госорганов продуктивной, хорошо отзываются об Америке и т.д. Кроме того, посол взаимодействует в Твиттере и Фейсбуке с теми пользователями, которые критикуют американскую политику по тому или иному вопросу, объясняя позицию США.

Все популярнее среди российских пользователей становится страницы американского посольства в РФ в Фейсбуке и Твиттере. Если в марте прошлого года число читателей у страницы в Фейсбук составляло 4284, то сегодня - около 7 тысяч [1]. В Твиттере разница еще более очевидна: 3709 и 10 216 читателей сегодня [2]. За 2012 год резко возросло число сообщений от модераторов страниц (примерно в пять раз!). Кроме того, заметно увеличилось количество пользователей, дискутирующих на странице в Фейсбук: от 184 (март 2012) до 856 (февраль 2013). Темы сообщений в основном связаны с культурным разнообразием жизни в США, выдающимися лидерами страны, а также с деятельностью американских госслужащих и сотрудничеством двух стран. Модераторы нечасто принимают участие даже в острых дискуссиях. Таким образом, цифровая дипломатия в данном случае носит в большей степени информативно-наблюдательный характер.

Таким образом, можно отметить, что за последний год заметно вырос интерес к ресурсам американской цифровой дипломатии в России. Это объясняется активностью модераторов страниц, активным привлечением аудитории к обсуждению различных вопросов (например, часть сообщений в Фейсбук представляют собой вопрос/тему для дискуссии или же объявление об он-лайн конкурсах в случае со страницами посольства). Кроме того, возможностью для пользователей напрямую «пообщаться» с представителями американских властей, высказать свое мнение в отношении политики США, а также ростом интереса российской молодежи к стране. В свою очередь такое активное вовлечение зарубежной аудитории в сетевые проекты новой публичной дипломатии позволяет правительству США проследить настроения населения по тому или иному вопросу, собрать данные об отношении к американской политике, сформировать определенный образ страны, а также взаимодействовать с пользователями, в частности, имеющими негативное отношение к США, чтобы изменить их точку зрения.

Литература

Конференция «Ломоносов 2013»

1. Официальная страница посольства США в Facebook // URL: <http://www.facebook.com/rus>
2. Официальная страница посольства США в Twitter // URL: <https://twitter.com/USEmbRu>
3. Россияне «в сети»: рейтинг популярности социальных медиа. ВЦИОМ // URL: <http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=112476>
4. Страница Майкла Макфола в Twitter // URL: <https://twitter.com/McFaul>
5. IT Strategic Plan: Fiscal Years 2011-2013-Digital Diplomacy. Department of State // URL: <http://www.state.gov/m/irm/rls/148572.htm>