

**Цифровая дипломатия Российской Федерации и Соединенных Штатов
Америки на примере «дела Скрипалей»**

Научный руководитель – Кувыркова Екатерина Александровна

Павлюченко Александра Андреевна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет мировой политики, Кафедра информационного обеспечения внешней политики, Москва, Россия

E-mail: alexa.pavlyuchenko@gmail.com

В связи с постоянным ростом пользователей технологий Web 2.0 (блогов, видеохостингов, социальных сетей и пр.), а их число увеличилось с 360 млн. пользователей в 2010 году, до 4 млрд. в 2018 году [4], и падением интереса к традиционным СМИ [2], становится все более актуальным вопрос выработки и анализа эффективных стратегий формирования позитивного образа государства на новой площадке активных политических интеракций. Исходя из вышесказанного, сравнение стратегий США, как государства, начавшего использовать цифровую дипломатию в качестве инструмента публичной дипломатии одним из первых, и России, которая присоединилась к процессу позднее, является актуальным предметом для исследования.

Цель нашего исследования выявить особенности реализации цифровой дипломатии внешнеполитическими ведомствами и отдельными политиками РФ и США на примере «дела Скрипалей».

Для целей нашего исследования под цифровой дипломатией мы понимаем механизм влияния на зарубежную аудиторию посредством следующих методов: мониторинга дискуссий в блог-пространстве, создания персонифицированных страничек членов правительства и государственных учреждений в социальных сетях [1].

Мы использовали «дело Скрипалей», как один из крупнейших информационных поводов 2018 года, пример для исследования распространения дезинформации и психологического воздействия на мировую общественность.

Мы использовали аккаунты внешнеполитических ведомств, загранучреждений и послов в социальной сети Твиттер, т.к. она является самой популярной социальной сетью среди внешнеполитических ведомств в мире [6]. Кроме того, МИД России не ведет свой аккаунт в социальной сети Facebook (второй по популярности социальной сети среди внешнеполитических ведомств) на английском, а социальная сеть VK локальна и распространена только в пределах стран СНГ.

Аккаунты МИД России [8], Посольства России в Великобритании [7] посла России в Великобритании [3], Государственного департамента США [9], посольства США в Великобритании [10] и посла США в Великобритании [11] были выбраны как основные инструменты цифровой дипломатии, использовавшиеся указанными странами в «деле Скрипалей», основное освещение которого происходило в британском информационном пространстве. Мы изучали публикации в данных аккаунтах с марта 2018 года, т.к. именно в этом месяце были сделаны первые публикации, касающиеся «дела Скрипалей» по октябрь 2018, когда инфоповод сошел на нет.

После проведенного контент анализа публикаций, размещенных в изучаемых аккаунтах МИД России в социальной сети Твиттер, мы пришли к выводу, что публикации имеют несколько отличительных особенностей:

1. центральная фигура публикаций - министр иностранных дел С.Лавров, что отличает аккаунт МИД России от аккаунта Государственного Департамента США, где центральных фигур три - Президент США, Министр иностранных дел и пресс-секретарь Государственного Департамента;
2. недостаток адаптированного для социальных сетей видео-контента, публикация брифингов МИД России в виде 1,5 - 3 часовых видеозаписей, что является препятствием для восприятия информации пользователем сети интернет;
3. недостаток «человеческого лица» - публикации от лица «МИД России», использование канцелярского языка и структуры изложения официальных документов;
4. устаревшее, с точки зрения современного пользователя, графическое оформление шаблонных публикаций (телефонные переговоры министра иностранных дел, комментарии МИД России);
5. использование стоковых изображений (изображения, продающиеся на общедоступных торговых площадках) для некоторых категорий публикаций - поздравлений с праздниками и т.д.

Также мы провели контент-анализ публикаций, размещенных в изучаемых аккаунтах Государственного департамента США в социальной сети Твиттер, и пришли к выводу, что они имеют несколько отличительных особенностей:

1. адаптация контента для оптимального восприятия пользователями сети интернет;
2. участие в международных интернет-акциях;
3. борьба за права человека - как основной лейтмотив публикаций;
4. видео-контент составляет около половины всех публикаций;
5. избегание официального и канцелярского языка, если это позволяет тема публикации;
6. формирование «человеческого лица» - публикация не только протокольных фотографий но и фотографий рабочего процесса и «селфи».

Исходя из всего вышесказанного можно заключить, что, несмотря на то, что по количественным показателям, цифровая дипломатия Российской Федерации занимает 4 место в мире [5], с точки зрения качественных показателей, размещаемый министерством в социальных сетях контент не соответствует требованию времени, т.к. не адаптирован для восприятия интернет-пользователем.

США, напротив, активно используют цифровую дипломатию, адаптируя подачу информации к реалиям цифровой эпохи, делая опору на графическую составляющую и количество видеоконтента, который составляет до 60% от общего числа публикаций (в аккаунте Государственного департамента). Это позволяет Государственному департаменту доносить информацию в доступной для интернет-пользователя форме.

Источники и литература

- 1) Цветкова Н.А. Публичная дипломатия США. – М.: Аспект-Пресс, 2013.
- 2) Цукерман Э. Новые соединения. Цифровые космополиты в коммуникативную эпоху. – М.: Ад Маргинем Пресс, 2015.
- 3) Alexander Yakovenko // [Twitter account of Russian Ambassador in UK] / URL: https://twitter.com/Amb_Yakovenko (дата обращения: 25.02.19).
- 4) Digital 2018 // [We Are Social agency] / URL: <https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018> (дата обращения: 25.02.19).
- 5) Digital Diplomacy Atlas 2017 // [«Diplomacy.Live» research project] / URL: <http://digital.diplomacy.live/digital-diplomacy-atlas-2017> (дата обращения: 25.02.19).
- 6) Digital Diplomacy | E-diplomacy | Cyber diplomacy // [diplomacy.edu platform] / URL: <https://www.diplomacy.edu/e-diplomacy> (дата обращения: 25.02.19).
- 7) Russian Embassy, UK // [Twitter account of Russian Embassy in UK] / URL: <https://twitter.com/RussianEmbassy> (дата обращения: 25.02.19).
- 8) Ministry of Foreign Affairs of Russia // [Twitter account of Ministry of Foreign Affairs of Russia] / URL: https://twitter.com/MFA_Russia (дата обращения: 25.02.19).
- 9) U.S. Department of State // [Twitter account of U.S. Department of State] / URL: <https://twitter.com/StateDept> (дата обращения: 25.02.19).
- 10) U.S. Embassy London // [Twitter account of U.S. Embassy London] / URL: <https://twitter.com/USAinUK> (дата обращения: 25.02.19).
- 11) Woody Johnson // [Twitter account of U.S. Ambassador to the UK] / URL: <https://twitter.com/USAmbUK> (дата обращения: 25.02.19).