

ЦИФРОВАЯ ДИПЛОМАТИЯ ВО ВРЕМЯ ПАНДЕМИИ COVID-19 НА ПРИМЕРЕ КИТАЙСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ

Научный руководитель – Бурнасов Александр Сергеевич

Калинин Дмитрий Алексеевич

Студент (бакалавр)

Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н.Ельцина,
Уральский гуманитарный институт, Екатеринбург, Россия
E-mail: kalinindmitriy24@gmail.com

Новая коронавирусная инфекция, вспыхнувшая в конце 2019 года в китайской провинции Хубэй и продолжающая свое распространение по всему миру, была охарактеризована Всемирной организацией здравоохранения (далее - ВОЗ), как пандемия COVID-19 во время вступительного слова Генерального директора на пресс брифинге ВОЗ 11 марта 2020 года [5].

С тех пор, многие международные совещания, встречи и конференции перешли в цифровой формат. Эти события повлияли на популяризацию и развитие цифровой дипломатии, как инструмента взаимодействия государств и отражения их мнений по различным глобальным вопросам.

В современном мире цифровая форма дипломатии является одним из наиболее часто используемых средств реализации политики мягкой силы, поскольку помогает реагировать на внешнеполитические изменения сразу, без задержек, а также получить обратную реакцию практически мгновенно, что не было возможно до появления таких инструментов как интернет и социальные сети [1].

Одним из наиболее актуальных инструментов цифровой дипломатии являются социальные сети, поскольку их используют практически все акторы международной политики начиная от представительств межправительственных организаций например, представительств государственных структур, так и отдельные политические деятели, блоги которых также являются источником информации. Данный инструмент стал пользоваться наибольшей популярностью среди представителей государств во время пандемии COVID-19, в связи с ограничением физических контактов и проведением встреч [4].

В данной области Twitter выступает одной из наиболее популярной социальной сетью, позволяя отразить позицию государства или дипломатической структуры по какому-либо вопросу [2].

Китай также активно использует данный инструмент мягкой силы в своем внешнеполитическом курсе, основная цель которого - обеспечить внутреннюю стабильность и безопасность государства, а также продвижение собственных идей и интересов.

Правительство Китая, пытаясь усилить цифровую коммуникацию, рассматривает присутствие в Twitter в качестве приоритета. Одним из наиболее ярких примеров является официальный представитель МИД КНР Чжао Лицзянь, который ведет активный профиль в Twitter [3]. Он зарегистрирован на данной платформе с 2010 года и стал одним из первых политиков китайского правительства, использующих платформу социальных сетей.

По состоянию на февраль 2022 года, аккаунт представителя МИД КНР в Twitter насчитывает 1.2 миллиона подписчиков, 2.3 миллиона лайков и 545 тысяч репостов. Проводя контент-анализ записей с июля 2021 года по февраль 2022 года (в связи с ограничениями платформы Twitter на анализ до 3200 последних постов в аккаунте), можно определить

наиболее популярные хештеги в опубликованных записях, среди которых: china - употреблено 225 раз в постах, посвященных деятельности и политики Китая; us - употребляется в постах 186 раз, описывающих темы связанные с США; xinjing - 139 постов, связанных с Синьцзян-Уйгурским автономным районом; beijing2022 - 115 записей с данным хештегом, посвященных Олимпиаде 2022; opinion - используется в постах 77 раз, выражающих мнения КНР; covid19 - 75 употреблений в публикациях, охватывающих тему пандемии COVID-19.

Важной составляющей контент-анализа аккаунтов Twitter также является количество и разнообразие контента. Традиционно на данной платформе размещается текстовый контент, который был опубликован 3244 раза в Twitter представителем МИД КНР. Вторым по популярности использования являются ссылки на источники и сайты - 1310 публикаций. Менее популярные категории контента, публикуемом представителем МИД КНР, являются фото - 486 публикаций, и видео - 17 публикаций.

Следующим критерием контент анализа является средняя эффективность публикаций по дням недели по отношению к их средней эффективности в другие дни за весь проанализированный период в процентном соотношении: понедельник - 11,1%, вторник - 16,6%, среда - 13,1%, четверг - 11,7%, пятница - 15,1%, суббота - 19,6%, воскресенье - 12,8%. Так, публикации сделанные во вторник и субботу являются наиболее эффективными, а наименее эффективными посты, опубликованные по понедельникам и четвергам.

В современных реалиях многие государства и их представители стали активно пользоваться инструментами цифровой дипломатии. Катализатором этого стала пандемия COVID-19. Китай не является исключением. Правительство КНР активно использует возможности цифрового пространства для продвижения идей и выражения позиций по различным международным вопросам, особенно через социальные сети, среди которых отдельно выделяется Twitter. Стоит отметить, тенденция на международные встречи и заседания в онлайн формате идут на спад и постепенно возвращаются в очный формат. Но тем не менее, повышенная вовлеченность в цифровую дипломатию и активность политических деятелей в онлайн среде, которая была достигнута за время пандемии, сохраняется на новом уровне.

Источники и литература

- 1) 1. Сурма И.В. Цифровая дипломатия в мировой политике // Государственное управление: Электронный вестник. 2015. Выпуск № 49, апрель.
- 2) 2. Jia R., Li W. Public diplomacy networks: China's public diplomacy communication practices in twitter during Two Sessions // Public Relations Review. 2020. Vol. 46. No 1.
- 3) 3. Lijian Zhao Spokesman & DDG, Information Department, Foreign Ministry, China // Official twitter account: <https://twitter.com/zlj517>
- 4) 4. M. Keleman Twitter Diplomacy: State Department 2.0 // National Public Radio. 28.04.2014: <https://www.npr.org/sections/alltechconsidered/2012/02/21/147207004/twitter-diplomacy-state-department-2-0>
- 5) 5. WHO Director-General's opening remarks at the media briefing on COVID-19 - 11 March 2020: <https://www.who.int/director-general/speeches/detail/who-director-general-s-opening-remarks-at-the-media-briefing-on-covid-19-11-march-2020>