

Н. А. Цветкова

ПУБЛИЧНАЯ ДИПЛОМАТИЯ И ДИПЛОМАТИЯ ДАННЫХ США

*Рекомендовано в качестве учебного пособия для студентов
высших учебных заведений, обучающихся по направлению
подготовки «Международные отношения»*



СКИФИЯ
принт

Санкт-Петербург
2023

УДК 327
ББК 66.4
Ц27

*Печатается по решению
кафедры американских исследований
Санкт-Петербургского государственного университета*

Рецензенты: *О.В. Лебедева*, д.и.н., профессор, МГИМО (У)
А.А. Великая, к.п.н., доцент, РАНХиГС

Цветкова Н. А.

Ц27 Публичная дипломатия и дипломатия данных США: Учебное пособие. — СПб.: Издательство Скифия-принт, 2023. — 78 с.

Учебное пособие направлено на формирование у студентов научных знаний о публичной дипломатии и ее цифровых методах, которые сегодня обозначаются термином «дипломатия данных», а также прикладных подходов к использованию методов анализа социальных сетей.

В пособии раскрываются понятийный аппарат, научные концепции, методы анализа, а также детали актуальных подходов правительства США к использованию традиционных и цифровых инструментов для оказания влияния на зарубежные страны.

Учебное пособие сопровождается вопросами и аналитическими заданиями для повторения лекционного материала по курсу *U.S. Public Diplomacy, Публичная дипломатия и дипломатия данных* и онлайн-курса *Публичная дипломатия США*.

Пособие предназначено для обучающихся по направлению «Международные отношения».

УДК 327
ББК 66.4

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	4
Раздел 1. Понятийный аппарат	5
Вопросы и аналитические задания	7
Рекомендуемая литература	7
Раздел 2. Концепции, теории и методы изучения публичной дипломатии США	9
Вопросы и аналитические задания	20
Рекомендуемая литература	20
Раздел 3. От публичной дипломатии к дипломатии данных: этапы и методы анализа	22
Вопросы и аналитические задания	33
Рекомендуемая литература	33
Раздел 4. Инструменты публичной дипломатии и дипломатии данных США	35
Вопросы и аналитические задания	47
Рекомендуемая литература	47
Раздел 5. Дипломатия данных США и стратегия сдерживания России как пример исследовательской работы	48
Вопросы и аналитические задания	63
Рекомендуемая литература	63
Тест	65
Темы для семинарских занятий	71
Рекомендуемая литература	73

Введение

Учебное пособие основано на курсах лекций и семинаров, ежегодно читаемых студентам СПбГУ по вопросам внешней политики, публичной дипломатии, цифровой дипломатии США, а также цифровизации международных отношений и мировой политики. Быстрое развитие новых цифровых методов публичной дипломатии США обуславливает необходимость актуализации различных тем, кейсов и литературы.

Цель учебного пособия — предоставить студентам по направлению «Международные отношения» актуальные фундаментальные и прикладные знания в области изучения внешней политики, публичной дипломатии и дипломатии данных США.

Данное пособие актуализирует онлайн-курс «Публичная дипломатия США», размещенный на платформе «Открытое образование».

Р а з д е л 1 .

Понятийный аппарат

Публичная дипломатия США (U.S. public diplomacy) — это правительственный механизм, нацеленный на реализацию внешнеполитических задач США и включающий в себя: 1) информационные проекты, международное вещание и пропаганду; 2) образовательные и культурные обмены и 3) проекты в сети Интернет (цифровую дипломатию).

Данное определение отличается от его трактовки, которая используется в официальных документах отделов по публичной дипломатии правительства США. Официально публичная дипломатия определяется как совокупность проектов, реализуемых Госдепартаментом (программы обменов, выставки, спортивная дипломатия, цифровая дипломатия и дипломатия данных) и Агентством глобальных медиа США* (информационные проекты, международное вещание, цифровая дипломатия и дипломатия данных).

Термин «публичная дипломатия США», который используется в научной литературе для определения внешнеполитической деятельности США в области информации, культуры, образования, спорта, интернета и т.п., имеет целый ряд синонимичных названий. Существуют такие термины, как «культурная дипломатия США», «народная дипломатия», «внешнеполитическая деятельность США в области культуры», «политика мягкой силы», «электронная дипломатия» и многое другое. Более того, существует определенное число различных концепций, теорий, а также методологических подходов, используемых исследователями для изучения публичной дипломатии. Смешение терминов, концепций и методов сформировало пеструю научную картину в области изучения публичной дипломатии, а нарастающая масса дискуссий, течений

* Агентство глобальных медиа (U.S. Agency for Global Media) является наследником Информационного агентства США (1953–1999) и Управления международным вещанием США (1994–2018) и включает в себя все теле- и радиоканалы международного вещания США.

и точек зрения требует систематизации, обдумывания и выявления первых итогов.

Устойчивый интерес к публичной дипломатии США в российской и зарубежной американистике возник в начале и середине 2000-х гг. Повышенное внимание со стороны научного сообщества было связано с новым витком развития публичной дипломатии и использованием различных проектов в ближневосточной политике США. Появление таких феноменов, как цифровая дипломатия и дипломатия данных, которые имеют непосредственное отношение к публичной дипломатии США, еще сильнее подогревает интерес научного сообщества и делает тему публичной или цифровой дипломатии США междисциплинарной. Изучение вопросов цифровой дипломатии или дипломатии данных требует привлечения не только квалифицированных историков и политологов, но и специалистов из области IT-технологий. Более того, современные российско-американские отношения, а точнее, политика США в отношении международной информационной деятельности России, которая строится на проектах цифровой дипломатии, также обуславливает интерес самых разных экспертов к изучению цифровой составляющей публичной дипломатии.

Цифровая дипломатия (digital diplomacy) — это взаимодействие правительств с пользователями социальных сетей для решения внешнеполитических задач. Существует разнообразие терминов. На заре институционализации данного дипломатического инструмента в 2010-е гг. первая серия терминов относительно использования цифровых технологий в политике состояла из таких понятий, как «e-дипломатия», «программы web 2.0.», «интернет-дипломатия», «дипломатия социальных сетей или твипломаси». Это создавало неоднозначное понимание различных типов взаимодействия между дипломатией и миром цифровых технологий. В итоге термин *digital diplomacy* чаще использовался в официальных документах и самым точным образом описывал деятельность дипломатов в социальных сетях — формирование диалога с целевой аудиторией и использование цифровых инструментов в информационном противостоянии. В 2020-е гг. цифровая дипломатия опирается на алгоритмы и искусственный интеллект для расширения влияния государства, а также пересекается с вопросами кибербезопасности и кибердипломатии. Появилась дипломатия данных.

Дипломатия данных определяется как правительственный механизм для решения задач информационного противостояния при помощи использования больших данных, ботов, искусственного интеллекта, что позволят определять целевые аудитории, вычислять ключевых блогеров, а также эффективно разрабатывать контрмесседжи против пропаганды других государств. Данный тип дипломатии также является частью и новым направлением традиционной публичной дипломатии. Из-за процессов датафикации цифровая дипломатия, существующая как отдельный механизм в МИД разных стран с 2010-х гг., стала чаще называться дипломатией данных или *data-driven diplomacy*. Под дипломатией данных сегодня понимают использование аналитики больших данных для реализации внешнеполитических задач. Данный инструмент активно применяется в арсенале внешней политики разных стран, включая США, Россию, страны Европы, Китай, Иран и др.

Вопросы и аналитические задания

1. Чем отличаются термины «цифровая дипломатия» и «дипломатия данных»?
2. Откройте сайт Госдепартамента США (<https://www.state.gov/r/index.htm>), найдите определение термина *public diplomacy* на английском языке и определите, является ли публичная дипломатия США инструментом внешней политики США.
3. Откройте сайт Госдепартамента США (<https://www.state.gov/r/index.htm>) и определите основные отделы Госдепартамента в области публичной дипломатии и дипломатии данных.

Рекомендуемая литература

1. Tsvetkova N., Sytnik A., Grishanina T. Digital International Relations: Uncertainty, Fragmentation, and Political Framing // The Routledge Handbook of Russian International Relations Studies. Lagutina M., Tsvetkova N., Sergunin A. (Eds.). N. Y., L.: Routledge, 2023. P. 381–395.
2. Tsvetkova N., Yarygin G. Dealing with Difference: Studies on Soft Power in Russian and Global International Relations // The Routledge Handbook of Russian International Relations Studies. Lagutina M., Tsvetkova N., Sergunin A. (Eds.). N. Y., L.: Routledge, 2023. P. 368–380.

3. *Цветкова Н. А.* Программы Web 2.0. в публичной дипломатии США // США и Канада: экономика, политика, культура. 2011. № 3. С. 109–122.
4. *Цветкова Н. А.* Феномен цифровой дипломатии в международных отношениях и методология его изучения // Вестник РГГУ. Серия . Политология. История. Международные отношения. 2020. № 2. С. 37–47.
5. *Цветкова Н. А., Кубышкин А. И.* Публичная дипломатия США. Учебное пособие. М.: Аспект-Пресс, 2013.

Раздел 2.

Концепции, теории и методы изучения публичной дипломатии США

Публичная дипломатия США: научный дискурс

Термин «публичная дипломатия» стал использоваться в научном обороте начиная с конца 1990-х гг. До этого момента исследователи публичной дипломатии США, которые состояли в подавляющем большинстве из историков или бывших дипломатов, использовали другое определение — «культурная дипломатия» или «внешняя культурная политика».

Однако термин «публичная дипломатия» начал свою историю в политической, дипломатической и научной жизни еще в конце XIX в. Выражение «публичная дипломатия» было впервые использовано на слушаниях в Конгрессе США по вопросу о возможной аннексии части Доминиканской Республики. Во время дискуссий конгрессмены использовали термин «публичная дипломатия» в качестве обозначения открытой дипломатии и как некий антипод секретной политики США.

Подобное использование термина продолжилось в дипломатической практике, и часто публичную дипломатию называли открытой дипломатией и связывали с публикацией секретных документов, а также с идеями президента В. Вильсона о необходимости новой многосторонней дипломатии. Термином «публичная дипломатия» стали обозначать современную форму дипломатической активности, связанную с открытостью, многосторонностью и участием общества. Однако последующее развитие международных отношений заставило на время отказаться от широкого использования термина. После окончания Второй мировой войны термин «публичная дипломатия» снова вошел в употребление, но уже не политиков и дипломатов, а журналистов и специалистов в области коммуникаций.

Когда радио и телевидение стали применяться для ведения внешней культурной политики и пропаганды, термин «публичная дипло-

матия» применялся для обозначения действий правительств в области информационной политики на международной арене. В 1953 г. известный эксперт, ученый и общественный деятель США У. Липпман в своей колонке в газете «Вашингтон Пост» соединил три понятия — «публичная дипломатия», «пропаганда» и «психологические операции» — в единый термин «публичная дипломатия», и вскоре термин вошел в оборот ученых и экспертов, занимающихся вопросами политики США или других стран в области международного вещания и пропаганды, продвижения имиджа и борьбы с неверными представлениями зарубежных граждан о США.

Очень часто исследователи цитируют определение публичной дипломатии США декана факультета по международным отношениям университета Тафта в США Э. Гуллиона, и очень часто это определение указывают в качестве первого определения публичной дипломатии. Гуллион определил публичную дипломатию как совокупность информационных проектов и сказал буквально следующее: «Публичная дипломатия оказывает влияние на отношение зарубежной целевой аудитории к внешней политике; она возвращает общественное мнение в других странах; она устанавливает коммуникацию между дипломатами и журналистами; и она создает межкультурную коммуникацию». Из этого определения явствует, что публичная дипломатия связывалась с информационной деятельностью США или с той деятельностью, которая сегодня называется политической коммуникацией, пропагандой, а не с проектами в области культуры и образования. Необходимо сказать, что данное определение эксперт использовал в ходе выступления на слушаниях в Конгрессе США о ликвидации негативного образа США, сложившегося в зарубежных странах во время Вьетнамской войны. Именно на этих слушаниях Э. Гуллион призвал конгрессменов использовать термин «публичная дипломатия» как совокупность информационных методов влияния.

Однако в последующие годы, в годы «холодной войны», когда в противостоянии с советской идеологией использовались самые различные жесткие и мягкие инструменты публичной дипломатии, термин «публичная дипломатия» редко использовался в научной и практической деятельности (хотя, например, существовала комиссия при президенте США под названием «Комиссия по публичной дипломатии»). До конца «холодной войны» термины «внешняя культурная политика» и «куль-

турная дипломатия» США доминировали в науке и практике. Негативное отношение многих американских деятелей культуры и политиков к термину «публичная дипломатия», который подразумевал, по их мнению, элементы пропаганды и недоверия, способствовало его исключению из дискурса. Эксперты настаивали на том, чтобы информационная деятельность и «публичная дипломатия» США были строго отделены от программ культуры и образования. Достаточно вспомнить, как У. Фулбрайт, глава сенатского комитета по международной политике, выступил против передачи всех программ обменов в области культуры и образования из отделов Госдепартамента в Информационное агентство США. Произошло формальное разделение «культурной дипломатии» Госдепа и информационной деятельности Информационного агентства, что оказало влияние на научный дискурс: часть исследователей занимались вопросами культурной дипломатии, а часть изучали информационную политику или пропаганду США. В итоге термин «публичная дипломатия» использовался редко, и только в конце «холодной войны» стали появляться статьи о публичной дипломатии.

В настоящее время, когда публичная дипломатия понимается как совокупность всех типов программ и проектов, часть исследователей продолжают использовать термин «культурная дипломатия». Это связано, во-первых, с тем, что многие исследователи являются бывшими дипломатами и используют тот терминологический аппарат, к которому они привыкли за годы своей службы. Во-вторых, тема культурной или идеологической «холодной войны» (*cultural cold war*), т.е. противостояния СССР и США во всех областях культуры, образования, пропаганды и пр., сформировала плеяду ученых по всему миру, которые в массе своей используют дискурс о культурной дипломатии, следуя за документами того периода.

В современных исторических исследованиях используется и ряд других терминов. Например, дискурс о «народной» дипломатии (*citizen diplomacy* или *people-to-people diplomacy*) по-прежнему используется в научной литературе. Основанием для использования данного термина служит исторический факт существования программы под названием *People-to-people diplomacy*, появившейся в 1950-е гг. Термин «народная дипломатия» включает в себя академические, информационные и культурные программы обмена и характеризуется как один из важнейших инструментов внешней политики США. Сторонники

дискурса о народной дипломатии говорят о том, что публичная дипломатия — это правительственный механизм, а независимые программы обменов и культуры существуют как дополнение к государственной публичной дипломатии и нуждаются в особом термине — «народная дипломатия».

В 1990-е гг., когда появилось новое поколение экспертов в сфере культурной дипломатии США, а теории о политической коммуникации начали использоваться экспертами ведомств Госдепартамента, термин «публичная дипломатия» стал доминировать в практике и исследованиях. Его вхождение в дипломатический и экспертный оборот ускорило в период дискуссий о необходимости ликвидации ведомств периода «холодной войны» в середине 1990-х гг. После ликвидации Информационного агентства публичной дипломатией стали обозначаться все типы проектов в области информации, культуры, образования и т.п.

Дискурс о публичной дипломатии был призван обозначить начало новой эры, продемонстрировать отход правительства США от культурной дипломатии «холодной войны», а самое главное — внедрение в практику новых проектов по развитию демократии в странах Восточной Европы и на территории бывших республик СССР. В это время наметилась тенденция к политизации программ обмена, которые использовались для обучения политиков и участников электоральных процессов. С началом создания новых и масштабных проектов в странах Ближнего Востока после 2001 г., появлением абсолютно новых и крайне политизированных программ обучения, публичная дипломатия вошла в научный дискурс как внешнеполитический инструмент США, нацеленный на демократизацию зарубежных стран. Это стало новым вызовом и для исследователей. Часть из них стали рассматривать публичную дипломатию как инструмент для политического строительства, проведения выборов, демократизации и американизации. А часть исследователей остались на рельсах изучения аполитичных проектов, таких как музыкальная дипломатия, обмены между музеями и выставки.

В период 2010-х гг., когда концепция Дж. Ная о мягкой силе захватила умы политиков самых разных стран, что оказало влияние на содержание стратегий и концепций внешней политики США, России и других государств, произошло смешение двух понятий, а также

практики и теории. «Мягкой силой» стали называть практическую деятельность государства в области публичной дипломатии, и это выражение использовалось в качестве синонима публичной дипломатии, что не совсем верно. В 2008 г. Дж. Най признал, что произошла подмена понятий, и выдвинул свое понимание публичной дипломатии и концепции мягкой силы. Он указал, что публичная дипломатия — это средство продвижения мягкой силы государства, которая, в свою очередь, имеет три источника: ценности внутренней политики и социального порядка, культура страны и внешняя политика. Поэтому публичная дипломатия занимается продвижением этих трех источников мягкой силы государства посредством трех методов. Первый метод — это ежедневная коммуникация с зарубежной аудиторией для объяснения внешней политики государства. Второй метод — осуществление кампаний, направленных на продвижение бренда государства. Третий метод — проекты, направленные на построение равноправных взаимоотношений между странами.

В 2010-е гг., когда правительство США начало запускать первые проекты в интернете, осуществлять прямой диалог с пользователями социальных сетей по всему миру, создавать учетные записи своих посольств, СМИ и особенно каналов международного вещания на таких платформах, как *Facebook*, *Twitter* и *YouTube*, специалисты в области публичной дипломатии стали предлагать самые различные термины для обозначения нового направления во внешнеполитической деятельности США. Появились такие термины, как «интернет-дипломатия» (*Internet diplomacy*), «дипломатия социальных сетей, или твипломаси» (*Twitter diplomacy*) и «публичная дипломатия Web 2.0.» (*public diplomacy Web 2.0.*). Устойчивым термином оказался вариант «цифровая дипломатия», или *digital diplomacy*. В настоящее время именно этот термин чаще всего используется для описания взаимодействия правительств с пользователями социальных сетей. США, Россия, Франция, Германия, Китай и Иран оказались лидерами по созданию официальных учетных профилей (аккаунтов), а каналы международного вещания, такие как *Voice of America*, *Russia Today* или *PressTV*, запустили первые цифровые профайлы в социальных сетях.

Если обобщить современное развитие научной мысли по данному вопросу, то можно сказать следующее: несмотря на масштабность и разнообразие цифровой деятельности, научные дискуссии

по данному направлению сводятся к обсуждению частных вопросов практической реализации цифровой дипломатии разных стран; происходят накопление эмпирического материала и выработка методологии исследования нового феномена; основой концепцией, которая обсуждается специалистами в области цифровой дипломатии, выступает идея об «острой силе» (*sharp power*), которая была выдвинута в 2018 г.

Теоретические подходы к изучению публичной дипломатии США

Теоретические подходы, которые могут использоваться для общения эмпирических данных о публичной дипломатии США, лежат в области науки о международных отношениях, истории, а также в рамках самых различных коммуникационных концепций, включая идеи о мягкой силе или острой силе.

Теоретическое осмысление публичной дипломатии началось примерно в 1950-е — 1960-е гг., когда накопился определенный эмпирический материал о действиях правительства США в данной сфере. В таких дисциплинах, как международные отношения, история, американистика, международные гуманитарные связи, социология, а также политическая коммуникация, сформировалось несколько концепций публичной дипломатии США, которые по-разному трактуют ее цели и результаты.

В рамках изучения истории и международных отношений специалисты опираются на такие теории, как реализм, неолиберализм и конструктивизм. Реализм, а также концепции «мягкой» и «острой» силы, которые были созданы сторонниками нелиберальной школы, а кроме того, идеи конструктивизма о необходимости понимания культуры «других» для формирования гармоничного международного порядка, сегодня доминируют в двух указанных отраслях знаний. Историки, политологи и представители науки о международных отношениях акцентируют внимание на политических целях и задачах американской публичной дипломатии. Основным объектом исследования является правительство США. Сторонники реализма рассматривают публичную дипломатию как инструмент государственной политики, призванный решать вопросы национальной безопасности и влиять на поведение зарубежных правительств. Сторонники неолиберальной школы работают в рамках концепции мягкой силы, ставшей уже классическим

подходом в изучении целей и задач публичной дипломатии США. Концепция «мягкой силы» применяется для анализа проектов публичной дипломатии, которые оказывают влияние на другие государства при помощи привлечения или взаимодействия. Появление цифровой дипломатии и государств, которые способны использовать социальные сети и интернет для продвижения политических задач, сформировали еще один научный дискурс в рамках концепции «острой силы». Концепция описывает цифровую дипломатию отдельных государств, которая направлена не на сотрудничество, а на разжигание конфликтов и подрыв политического строя государства-оппонента.

Теория конструктивизма привнесла новые идеи в понимание публичной дипломатии США. Ее сторонники утверждают, что наличие многочисленных негосударственных акторов на международной арене, их активное участие в негосударственной публичной дипломатии повлияли на появление так называемой новой публичной дипломатии как средства понимания «иной» культуры, традиций «других», что приводит к формированию более гуманных отношений между людьми и государствами. Сторонники конструктивизма утверждают, что каждое из государств имеет собственное восприятие мира, отличное от других культур и ценностей, и в этом разнообразии кроется основа для создания стабильного мира и устойчивых отношений. Основное условие — стремление понять «других» без отрицания их права на собственную идентичность. Продвижение позитивного имиджа одного государства в другом невозможно без понимания и положительного отношения к культуре и ценностям других. Многосторонний диалог и взаимодействие — это тот инструмент публичной дипломатии или культурной дипломатии, который способен продвинуть имидж одного государства в другом. Все другие концепции, такие как «мягкая сила», уводят экспертов от идеи понимания других культур и делают акцент на значимости целей по внедрению своих ценностей в других странах. Адепты использования конструктивизма в понимании природы публичной дипломатии или внешней культурной политики указывают, что публичная дипломатия — это инструмент, используемый и государственными структурами, и неправительственными организациями для *понимания* разнообразия культур и поведения «других», а также для *строительства и управления* отношениями друг с другом, и только третьей функцией пуб-

личной дипломатии является *оказание влияния* на мнения и действия других стран и обществ. Нельзя не отметить попытку голландского эксперта в данной области Г. Скот-Смита ответить на вопрос о применимости известных теорий международных отношений к программам обменов. Какая из теорий — реализм, либерализм, теория режимов, конструктивизм или концепции А. Грамши и др. — может служить концептуальной рамкой для изучения образовательных программ обменов как части публичной дипломатии? Разбирая указанные теории, Г. Скот-Смит приходит к выводу, что наиболее подходящей концепцией выступают идеи конструктивизма, поскольку политико-культурный обмен, который заложен в программах обмена, способствует формированию более позитивного международного климата и снижению угрозы войны.

Необходимо также отметить, что конструктивизм открывает перед исследователями совершенно новую глубину в изучении цифровой дипломатии, что может оказать влияние на развитие и самой конструктивистской теории. Анализ настроений пользователей, реакции и тон комментариев формируют базис для понимания идентичностей, ценностей и меняющихся предпочтений групп общества по конкретным политическим вопросам в отдельно взятой стране. Более того, использование методов конструктивизма позволяет сделать выводы о влиянии отдельных постов в социальных сетях или информационных кампаний политической власти на ценностные ориентиры целевой аудитории.

В рамках социальных, культурологических и антропологических исследований ученые занимаются изучением вопроса о конечных результатах программ публичной дипломатии. «Получатели» программ, т.е. зарубежные государства и общества, являются основным объектом исследования. Сторонники данного подхода используют в своих исследованиях такие концепты, как «культурный империализм», «американизация» и «взаимный культурный обмен».

Публичная дипломатия является не только частью внешней политики США. Для исследователей в области культурологии, международных отношений в гуманитарной сфере, антропологии и т. п. публичная дипломатия — это некий продукт культуры, который определенным образом воспринимается зарубежными реципиентами. Специалисты, изучающие внешнюю политику США в области культуры или рас-

пространение американской массовой культуры, определяют иной предмет исследования в данной области — степень воздействия программ публичной дипломатии на конечных получателей. Использование в исследовании той или иной концепции чаще всего зависит от позиции автора в отношении воздействия проектов публичной дипломатии на целевые аудитории. Сторонники концепции «культурного империализма» трактуют публичную дипломатию или один из ее компонентов как инструмент продвижения культурных ценностей США в других государствах за счет подавления локальных культур. Такие понятия, как «давление», «контроль», «исчезновение традиционных ценностей», являются сопутствующими в дискуссиях о культурном империализме США. В последнее время стала разрабатываться теория отклика (*response theory*), которая смещает тему о культурной экспансии в сторону изучения вопросов о методах «сопротивления» местных сообществ, оказавшегося под влиянием США. Сторонники концепции американизации отрицают факт негативного воздействия США на культуру других стран и утверждают, что существует процесс частичной социальной и культурной адаптации к стандартам американского образа жизни, а проекты публичной дипломатии передают технологические достижения США другим странам. Сторонники такой культурологической концепции, как диалог культур (*cultural transfer*), рассматривают публичную дипломатию как средство для взаимного проникновения различных культур и наций. Данные концепции всё еще остаются весьма популярными среди историков и антропологов, которые занимаются, например, вопросами «холодной войны».

Наконец, сторонники коммуникационного подхода утверждают, что публичная дипломатия — это построение диалога и установление коммуникации с зарубежным обществом и поэтому стратегии установления связи между правительством США и зарубежными гражданами являются самыми важными. Новое прочтение термина «пропаганда», построение моделей публичной дипломатии (монологовой, диалоговой и др.) стали доминировать среди специалистов, которые относят себя к числу исследователей политической коммуникации. Наиболее популярной выступает концепция о стратегической коммуникации, которая рассматривает публичную дипломатию и особенно проекты в области информации как средство влияния на целевые аудитории в кризисных ситуациях. Исходя из политических задач, выстраива-

ются три теоретические модели публичной дипломатии: монолог, диалог или сотрудничество. Первая модель предполагает одностороннее распространение информации, и пропаганда здесь играет значимую роль. Вторая модель предполагает развитие двухстороннего диалога с целевой аудиторией. Третья модель — сотрудничество — предполагает запуск информационных проектов, которые создают условия для укрепления партнерства.

Указанные концепции могут применяться для изучения как традиционных, так и цифровых проектов публичной дипломатии США и различаются между собой относительно трактовки отношений между правительством США, которое инициирует проекты публичной дипломатии, и получателями проектов в других странах. Сторонники реализма, неолиберализма, конструктивизма, стратегической коммуникации акцентируют внимание на деятельности правительства США в рамках публичной дипломатии. Сторонники культурного империализма, американизации и диалога культур ставят вопрос о реакции зарубежного общества на эти программы в виде сопротивления или, наоборот, в виде позитивного отклика. Концепции первой группы применимы к изучению целей публичной дипломатии, в то время как концепции второй группы — к оценке конечных результатов публичной дипломатии США.

Наряду с терминологическим аппаратом и теоретическим базисом необходимо рассмотреть и методы исследования, которые могут быть использованы при изучении публичной дипломатии и особенно ее цифрового звена.

Методы исследования публичной дипломатии в цифровую эпоху

Исторический подход, сравнительный и документальный анализ, а также системный анализ и другие методы изучения вопросов внешней политики США, к которым относится публичная дипломатия, остаются важнейшими компонентами работы историка при использовании исторических источников. Этому вопросу уделено внимание в трудах ученых-американистов [1].

Цифровизация международных отношений и внешней политики поставила перед историками новую задачу в области методов изучения публичной дипломатии. Какие методы доступны для историка

при изучении цифровой дипломатии или дипломатии данных, которые играют всё большую роль во внешней политике США?

В ходе осмысления развития публичной дипломатии в цифровую эпоху в научном мире возник вопрос о методах исследования. Появилась масса исследователей, которые владеют методами анализа социальных сетей, но не имеют никакого представления о публичной дипломатии или культурной дипломатии США, и соответственно, историки, отлично разбирающиеся в эволюции культурной дипломатии и внешней политики США, но не готовые к использованию новых подходов к изучению цифровой дипломатии.

Произошел научный разрыв между традиционалистами, т.е. исследователями традиционных проектов в области публичной дипломатии, и знатоками цифровой стороны публичной дипломатии. Последние часто не склонны рассматривать цифровую и публичную дипломатию в комплексе, несмотря на то что по всем объективным показателям (например, подчинению отделов по цифровой дипломатии заместителю госсекретаря по публичной дипломатии, наличию единого источника финансирования проектов двух типов дипломатий и пр.) цифровая дипломатия является частью публичной дипломатии США. Во многих исследованиях цифровая дипломатия описывается как нечто отдельное, связанное с обособленными профайлами отдельных политиков или отдельных СМИ, что далеко не так. Цифровая дипломатия представляет собой одно из направлений публичной дипломатии, ее цели идентичны целям и задачам публичной дипломатии, однако механизмы реализации отличаются от традиционных и включают в себя анализ зарубежной блогосферы, организацию и поддержание диалога с зарубежными гражданами через социальные сети, продвижение цифровых каналов вещания и пр.

Вызовом для научного мира стал период 2020-х гг., когда правительство США приступило к активному использованию анализа больших данных для информационного противостояния с Ираном, Китаем и самое главное — с Россией. Это оказало влияние на научный дискурс, и в исследованиях с публичной дипломатии появился новый термин — «дипломатия данных» (*data diplomacy*).

Это новое направление способствовало дальнейшему увеличению научного разрыва между традиционалистами и специалистами в области цифровой дипломатии. Современный научный дискурс немыс-

лим без знаний и умений в области обработки больших данных. Те специалисты, которые не готовы заниматься исследованиями в области цифровой дипломатии, используют понятия о публичной дипломатии или о культурной дипломатии США, оставляя ее цифровой компонент на периферии своих интересов. Те исследователи, которые способны привлечь специалистов в области цифровых технологий или имеют возможности использовать различные программы для анализа социальных сетей, часто оперируют только категориальным аппаратом из области цифровой дипломатии, не обращая внимания на весь комплекс проектов и методов публичной дипломатии, а также на документы правительства США о публичной дипломатии, в которых поставлены задачи по реализации ее цифрового компонента.

Примечания

- [1] *Согрин В. В.* Методология современной американистики // Американский ежегодник. 2019. № 2018/2019. С. 11–23.

Вопросы и аналитические задания

1. Какие из указанных теоретических подходов (реализм, неолиберализм и конструктивизм) наиболее подходят для понимания современной публичной дипломатии США?
2. Прочитайте Главу 3 учебного пособия: Цветкова Н. А., Кубышкин А. И. Публичная дипломатия США. М.: Аспект-Пресс, 2013 и укажите концепции в изучении публичной дипломатии.
3. Назовите методологическую проблему в изучении публичной дипломатии США.

Рекомендуемая литература

1. *Цветкова Н. А.* Публичная дипломатия США: теории и концепции // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. 2015. № 4. Т. 1. С. 186–189.

2. *Цветкова Н. А.* Cultural imperialism: международная образовательная политика в годы «холодной войны». СПб.: Изд-во СПбГУ, 2007.
3. *Цветкова Н. А.* Публичная дипломатия США в эпоху цифровизации: новые методы исследования // Американский ежегодник. 2020. С. 53–70.
4. *Cull N. J.* Public Diplomacy before Gullion: The Evolution of a Phrase // Routledge Handbook of Public Diplomacy. Snow N., Taylor Ph. (Eds.). L., N. Y.: Routledge, 2009.
5. *Nye J.* Public Diplomacy and Soft Power // Annals of the American Academy of Political and Social Science. Vol. 616. 2008. P. 94–109.

Р а з д е л 3 .

От публичной дипломатии к дипломатии данных: этапы и методы анализа

Развитие информационных технологий, появление социальных сетей, а также бурный рост пользователей сети Интернет привели к кардинальным сдвигам в развитии публичной дипломатии. Она стала использовать новые методы к влиянию на пользователей социальных сетей. Можно обозначить следующие этапы становления цифровой дипломатии США.

*Этапы развития цифровой дипломатии, 2010-е — 2020-е гг.:
от линейной дипломатии к дипломатии алгоритмов*

Развитие цифровой дипломатии как нового феномена международных отношений и отдельного механизма внешней политики государства имеет три этапа.

Первый этап — это 2010–2012 гг. Появилась линейная цифровая дипломатия, а министерства иностранных дел различных стран адаптировались к цифровым технологиям. Линейность цифровой дипломатии — это прямое распространение постов и твитов для информирования целевой аудитории без фильтрации, т.е. отбора особых кластеров пользователей в социальных сетях. Государства, такие как США, Россия, Франция, Германия, Иран и Китай, оказались на лидирующих позициях.

В этот период цифровую дипломатию воспринимали как средство продвижения позитивного образа государства, а концепция «мягкой силы», состоящая в привлечении целевой аудитории при помощи убеждения и диалога, использовалась как основа для цифрового общения. Не существовало масштабных цифровых информационных кампаний, перед организаторами цифровой дипломатии ставились тактические задачи по расширению присутствия в Сети. Цифровая дипломатия развивалась как *твипломаси* — создание институциональных и лич-

ных профилей в социальных сетях, которые мобилизовали целевую аудиторию вокруг ценностей и политики отдельных государств.

Второй этап — это 2013–2017 гг. Появились особые инструменты программирования и анализа социальных сетей (алгоритмы), что позволило цифровой дипломатии быть более точечной в плане направления информационных потоков на отдельные группы в социальных сетях. Второй этап в развитии цифровой дипломатии связывают с президентской избирательной кампанией в США 2016 г. и с обвинениями России в осуществлении целенаправленной цифровой дипломатии. Всё это существенно изменило цифровую дипломатию в глобальном масштабе. Второй этап развития цифровой дипломатии характеризуется переходом от цифровой мягкой силы, направленной на линейное продвижение информации и имиджа государства, к концепции стратегической коммуникации, направленной на массированное распространение информации и пропаганды для продвижения позиции государств. Стали разрабатываться и применяться методы анализа цифрового поведения пользователей, включая настроения и предпочтения. Государственная дипломатия или негосударственные акторы активно использовали мониторинг интернет-пространства в реальном времени, появились хактивисты, а проблемы цифровой деятельности всё чаще увязывались с кибербезопасностью компонентов инфраструктуры дипломатической деятельности.

Цифровая дипломатия уже осуществлялась не за счет диалога с разнообразной целевой аудиторией, а за счет создания удобных для зарубежных пользователей интерфейсов и нарративов эмоционального воздействия. Вовлечение в эти нарративы стало осуществляться систематическим воздействием на поведение, работой с убеждениями и предпочтениями. Практики «умной силы» (сочетание жестких инструментов политики и пропаганды) и «острой силы» (использование цифровых инструментов для изменения внутренней политики в зарубежных странах) оказались наиболее востребованными в контексте появления потока источников информирования — от обыкновенных блогеров до государственной цифровой дипломатии.

Третий период — это период с 2018 г. по настоящее время. Цифровая дипломатия использует новые технологические приемы, включающие возможности искусственного интеллекта и анализа больших

данных в условиях *датафикации* (*datalization*). Датафикация описывает бурный рост числа пользователей и их влияние на политические процессы в мире посредством широкого применения анализа больших данных и анализа социальных сетей. Сегодня цифровая дипломатия, которая использует в своем арсенале аналитику больших данных, обозначается как дипломатия данных. Самым заметным следом датафикации является, например, деятельность журналистов по обнародованию секретных документов. Все подобные акции основаны на анализе данных из социальных сетей при помощи компьютерных программ. Отсутствие глобальных норм и договоренностей между государствами международной системы в рассекречивании цифровых следов создает новые возможности для использования информации в политических целях. Такие события, как новая стратегия администрации *Twitter* по закрытию профайлов отдельных политиков или инициативы о суверенизации интернета, также относятся к феномену датафикации в международных отношениях. Участившиеся кибератаки, происхождение которых не всегда возможно установить, также являются эффектом датафикации. Большие данные превратились в эффективный инструмент дипломатии и проблему в международных отношениях.

Еще одним важным компонентом трансформации цифровой дипломатии является разделение интернета на национальные кластеры, возведение цифровых стен, а также политика суверенизации сетевого пространства. Разделяемый всё больше на национальные кластеры интернет или *сплинтернет* (*splinternet*), концентрация противоположных ценностей в отдельных группах в социальных сетях и фильтрация информации по политическим предпочтениям создают условия для появления феномена фрагментированной политической реальности. Этот феномен подразумевает, что каждая группа или общество потребляет информацию в рамках заданных ценностных ориентиров и навязанной повестки. Феномен фрагментации создает возможности и сложности при проведении традиционной информационной работы в зарубежных государствах через социальные сети. Сегодня все государства столкнулись с необходимостью обращаться не ко всей аудитории национального государства, а к каждому отдельному сообществу, например к защитникам прав человека, или патриотам, или противникам вакцинации и пр.

Научные исследования, в которых дипломатия данных выступает в качестве объекта, обладают теоретической и прикладной значимостью. Дипломатия данных изучается в основном в рамках деятельности государства, международных организаций и неправительственных акторов. Очень часто дипломатию данных рассматривают с точки зрения следующих теоретических подходов: в области организационной культуры; в области медиа и политической коммуникации; в области международных отношений и мировой политики.

Европейская и американская школы публичной дипломатии используют *сетевцентричный* подход. Исследователь И. Манор говорит о дипломатии данных как об использовании цифровых средств для достижения дипломатических целей; Й. Меллисен рассматривает дипломатию данных как фактор изменения среды внешней политики (негосударственные акторы способны многократно усилить свое влияние посредством цифровых инструментов), как компонент менеджмента знаний (использование интернета для управления ресурсами в дипломатической деятельности), как инструмент продвижения политической киберповестки (кибербезопасность, права и свободы в интернете), как часть цифровизации международных отношений (цифровизация государственных ведомств и международных организаций, цифровизация публичной дипломатии, построение цифровых коммуникационных сетей) [1]. Известный специалист в данной области К. Бьола сужает концепцию дипломатии данных до использования социальных медиа в дипломатических целях как инструмента влияния на внешнюю политику. Он предлагает рассматривать различные государственные и негосударственные акторы в качестве полноправных участников киберполитики, а информационные потоки — в качестве источника власти. Исследователь определяет цифровые акторы как полуавтономные наднациональные образования, созданные с целью обсуждения и принятия решений по глобальным проблемам, действующие в условиях отсутствия центральной власти. Российские ученые придерживаются *государствоцентричного* подхода. Н. Цветкова дает следующее определение: «дипломатия данных как ключевая составляющая публичной дипломатии является инструментом продвижения политических интересов государства в киберпространстве».

Социальные сети и большие данные сформировали новый вектор во внешней политике США под условным названием «цифровая внешняя политика», что позволило ученым создать и новое научное направление. Историография темы «Цифровая внешняя политика США» уже накопила определенное число работ, и можно говорить о наличии как профессиональной историографии, так и широкого пула специалистов разных дисциплин, которые изучают цифровые аспекты политики США, но используют свои наработки в публичной политике.

Историографию по цифровой внешней политике США можно рассматривать с точки зрения ее хронологической эволюции и на этом основании обозначить три этапа, причем все они имеют общую черту — преобладание работ, обладающих всеми чертами презентизма, и существенный дефицит изысканий глубокого и объективного характера.

В набирающей обороты историографии о цифровой дипломатии и внешней политике США проблемы историзма и презентизма стоят остро, в силу того, что данные вопросы и результаты исследований используются во внутренней политике и пропаганде в самых разных странах. Достаточно вспомнить международную проблему суверенизации интернета, которая обсуждается с точки зрения неприкосновенности интернет-пространства отдельных стран; или проблему принятия законов по контролю за социальными сетями; проблему свободы слова и особую политику администрации социальных платформ *Facebook*, *Twitter*, *You Tube* и т.д. в отношении закрытия профайлов пользователей. Все эти проблемы подпитываются аналитическими и научными статьями различных исследователей в области цифровизации, многие из которых никогда не изучали США, но в силу технологического лидерства Америки в этой области исследователи вынуждены обращаться к изучению американских реалий.

Первый этап в развитии историографии по изучению цифровой внешней политики США пришелся на годы администрации Б. Обамы, когда рост числа пользователей интернета и события на международной арене, связанные с применением социальных сетей в интересах оппозиционных движений, привлекли внимание огромного числа экспертов, политиков и ученых. Лидерство США в развитии цифровых инструментов дипломатии, которое проявилось в период арабской вес-

ны и «твиттер-революций», обусловило появление первой волны работ с разной долей критики США.

США в силу своего технологического лидерства оказались основным объектом для изучения специалистами из самых разных дисциплин, включая антропологов, социологов, специалистов по коммуникационным технологиям и т.д. Среди них было незначительное число профессиональных американистов. В итоге появился мозаичный пул исследователей, который включал представителей разных дисциплин, но которые не особенно глубоко понимали механизм и ценностные основы политики и дипломатии США. Конъюнктурные оценки цифровой внешней политики США использовались для объяснения развития протестного движения, а в России прочно укоренился научный и политический дискурс о цветных революциях и о влиянии США на дестабилизацию политических режимов при помощи социальных сетей. Презентизм в оценках роли цифровой дипломатии США во всех протестных акциях в России, Иране, Китае, Венесуэле и пр. оказался основой для новой публичной истории. В США на этой волне появилась серия аналитических изысканий о «цифровом» вмешательстве России во внутриамериканские дела.

Однако профессиональные историки как на Западе, так и в России старались оставаться в рамках научного дискурса в области изучения цифровой внешней политики США и цифровизации в целом, предложив строгий понятийный аппарат, методы исследования и объяснение политических действий США на основании фундированных знаний и принципа историзма. Профессиональные историки реконструировали эволюцию развития интернет-политики, закрепили термин *digital diplomacy*, а также классифицировали такой новый тип источника как посты и твиты из социальных сетей.

Второй этап в развитии историографии ознаменован уже более глубоким и комплексным пониманием процессов цифровизации, в которую стали включать цифровую дипломатию, информационную безопасность и кибербезопасность, цифровое голосование на выборах, а также вопросы глобального управления интернетом. Произошло разделение научных направлений в области изучения цифровой внешней политики США, что еще больше подогревало интерес к изучению США, поскольку все цифровые проблемы замыкались на Вашингтоне. В какой-то момент стало понятно, что американисты,

которые активно публиковались по вопросам внутренней и внешней политики США, отстают от специалистов смежных дисциплин. Последние стали применять верифицированные методы анализа социальных сетей, что открыло любопытные детали работы внешней политики США. Однако они мало внимания уделяли исторической обусловленности тех или иных действий США на международной арене, источникам и историографии, что делало их работы описательными, а порой и ангажированными.

Огромную роль в развитии историографии сыграла возможность использования различных компьютерных алгоритмов для исследования социальных сетей. Начался бум в изучении внешней политики и дипломатии с точки зрения действий США в различных социальных платформах, включая *Facebook*, *Twitter*, *YouTube* и т.д. Эксперты сравнивали подходы США с другими странами, подпитывая ангажированность темы и пропаганду. В научном обороте сформировалось устойчивое представление о политизации социальных сетей — об априорном использовании интернета в качестве политического инструмента. Этот дискурс повлиял на работу профессиональных историков и политологов в разных странах, которые стали рассматривать дипломатию данных как деструктивный политический инструмент.

Актуальность темы и ее популярность среди политического истеблишмента разных стран сформировали особую проблему в историографии. С одной стороны, использование компьютерного софта, навыки программирования или особых приложений для анализа цифровой внешней политики США выдвинули на первые позиции новое поколение ученых и обогатили существующую историографию о США; но с другой — вскрылась проблема отрыва анализа цифровой политики США от основополагающих знаний источников, историографии и пр., принятых в традиционной исторической американистике. Итогом стало расширение использования в пропаганде и внутренней политике материалов исследований, не соответствующих высоким академическим критериям.

На этом этапе стали появляться научные профессиональные изыскания, выполненные командами американистов и программистов, с учетом фундаментальных знаний внешней или внутренней политики США. Однако результаты исследований показывали ограниченность в интерпретации данных из социальных сетей специалиста-

ми гуманитарного и социального профиля. Тема цифровой внешней политики США требовала постановки ясных исследовательских задач, которые могли быть реализованы только при поддержке профессиональных программистов, что в свою очередь потребовало от американистов знания и понимания функционирования социальных сетей.

Третий этап в развитии историографии связан с явлением датафикации, которое заключается в бурном росте «цифровых следов» и больших данных в интернете, а также в значительном росте возможностей по использованию аналитики больших данных в политических целях. Самыми видимыми следами датафикации является, например, деятельность Дж. Ассанджа по обнародованию секретных документов, включая публикацию переписки национального комитета демократической партии во время президентской избирательной кампании 2016 г. или деятельность журналистов и блогеров по расследованию коррупционных схем и пр. Все они основаны на анализе данных из социальных сетей при помощи компьютерных программ. Такие события, как новая политика администрации *Twitter* и *Facebook* по закрытию профайлов отдельных политиков антилиберального толка или российские законодательские инициативы о суверенизации интернета, также относятся к феномену датафикации в международных отношениях. Большие данные превратились в инструмент политики и проблему в международных отношениях.

Новая цифровая реальность оказала огромное влияние на работу профессиональных историков в области изучения внешней политики США. Стало ясно, что изучение вопросов, связанных с цифровизацией, требует навыков в области анализа больших данных даже при изучении самых простых направлений работы американского правительства в этой сфере. Оказалось, что методы описания, наблюдения или сравнительного и документального анализа позволяют изучить только малую часть цифровой внешней политики США — стратегии, планы, интенции и механизм, — оставляя за кадром вопросы эффективности, результатов и способов продвижения политической повестки в сети Интернет.

В итоге научное направление о цифровой внешней политике США находится на этапе разрешения той же дилеммы, которая волновала научную публику в период апробации количественных методов исследования: молодые специалисты профессионально владеют новыми

методами для анализа цифровой реальности, но недостаточно знакомы с академической традицией изучения США, а специалисты в области изучения США прекрасно владеют историографией, источниками и техникой исследования традиционных вопросов внешней политики, а также пониманием американских ценностей, но не имеют навыков анализа социальных сетей, и в итоге не могут предложить качественный анализ современного состояния внешней политики и дипломатии США. Однако между этими двумя историографическими ситуациями есть и серьезные различия: количественные методы являлись только лишь методами научного анализа, а анализ социальных сетей и аналитика больших данных являются не только частью науки, но и, в значительной степени, частью реальной мировой политики и практики, которую невозможно игнорировать в научном изучении США.

Методы анализа дипломатии данных

Огромную роль в развитии цифровой дипломатии сыграла возможность использования различных компьютерных алгоритмов для исследования социальных сетей. Начался бум в изучении внешней политики и дипломатии с точки зрения действий США в различных социальных платформах.

Дипломатия данных требует использования особых методов анализа, которые относятся к изучению социальных сетей и поведению пользователей в сети Интернет. К самым распространенным можно отнести следующие: анализ хэштега (hashtag tracking), сетевой анализ (network analysis), сентимент-анализ (sentiment analysis) и анализ мнений и взглядов (opinion analysis). Метод анализа хэштега дает ответ на вопрос о том, как развивается дискуссия по определенной теме, какие посты вызывают наибольший интерес и кто из участников обсуждения получает наибольшую популярность среди подписчиков. Сетевой анализ выявляет ключевых блогеров и каналы международного вещания, которые создают информационный дискурс, шум и контекст вокруг определенной проблемы. Сентимент-анализ или анализ тона текста оценивает реакцию пользователей на предлагаемые темы или информационные кампании, что способствует выявлению идентификации пользователей и их политической позиции. Наконец, анализ мнений пользователей работает с текстами и осуществляет анализ

часто употребляемых слов, терминов и эпитетов, что формирует знание о содержании постов и комментариев.

В экспертном поле сформировалось две школы по анализу цифровой дипломатии: школа больших данных и школа малых данных. Большие данные подразумевают получение набора данных и их анализ машинным способом. К малым данным относится ограниченное число постов или твитов, полученных из социальных сетей ручным или машинным способом. Долгое время ученые в области международных отношений использовали малые данные, что было приемлемым для изучения линейной цифровой дипломатии. Используя ограниченное число твитов или постов, исследователи применяют приложения, такие как SocioVizz, Netlytic, Netvizz, Popsters и др., которые, однако, позволяют получить или проанализировать только ограниченное число твитов или постов. Однако многие исследования показывают, что интерпретацию полученных показателей необходимо осуществлять с учетом специфики политического и социокультурного контекста, в котором происходят действия пользователей. Используя аналитику больших данных, специалисты пытаются ответить на вопросы эффективности цифровой дипломатии и политики вовлечения целевой аудитории. Однако, как и в случае работы с ограниченным сетом данных, мы должны понимать, что для формирования выводов требуется не только машинный анализ и анализ дискурса, но еще и понимание контекста (культурного и политического).

Современные средства программирования позволяют собрать большие данные, т.е. собрать все посты, всех пользователей и набор всех реакций, а также осуществить полноценный контент-анализ комментариев относительно определенного вопроса. Например, при изучении информационной войны вокруг Сирии был произведен анализ больших данных по хэштегу «Сирия» на английском и арабском языках на платформе Twitter, а при помощи специального созданного программного алгоритма были собраны более 34 млн твитов и постов и осуществлена классификация наиболее популярных твитов за каждый месяц и самых влиятельных аккаунтов на платформе Twitter. Использование алгоритмов и больших данных существенно влияет на результаты исследования и понимание происходящих событий в другой стране. Анализ миллионов постов позволил определить место правительственных и частных аккаунтов среди лиде-

ров общественного мнения в самой Сирии и на глобальном уровне. В случае с Сирией оказалось, что незападные и нероссийские каналы международного вещания и блогеры оказывали определяющее влияние на умы сирийских граждан в 2008–2018 гг. Такой игрок, как Саудовская Аравия, ее каналы международного вещания, а также многочисленная армия частных блогеров этой страны оказались в числе лидеров по формированию информационного и политического дискурса в Сирии.

Примеры применения анализа дипломатии данных

Подобный анализ был проведен и в отношении Афганистана. Исследователи поставили вопрос о влиянии информации американских интернет-каналов на афганское население, которое имеет доступ к Сети. Были получены около 3 млн твитов, содержащие хэштег со словом «Афганистан» на английском и арабском языках с веб-страницы расширенного поиска Twitter за 2008–2018 гг. Исследование показало, что между такими странами, как Саудовская Аравия, Иран, Россия, Китай и США, развернулась борьба за лидерство в информационном пространстве Афганистана. Однако стала заметна и активность афганских и арабских блогеров, которые распространяли твиты по Афганистану на местных языках в 2015–2018 гг. Популярность стали приобретать твиты, которые повествовали о действиях группировки «Талибан» против коалиционных сил. В ответ на это США создали телеканал @TOLONews, который очень быстро стал отвоевывать аудиторию социальных сетей. Но как только правительство США приостанавливало работу в социальных сетях или не продуцировало значимых новостей, популярность американских каналов сразу снижалась, а популярность талибов резко нарастала.

Изучение цифровой дипломатии способствует объективному пониманию политических процессов и расстановки политических сил в другом государстве, что может оказать влияние на научные выводы о развитии международных отношений. Например, в 2018–2019 гг. в литературе было распространено мнение о значительной популярности самопровозглашенного президента Х. Гуайдо в Венесуэле и влиянии американской политики на ситуацию в стране. Однако анализ социальных сетей и более чем 9 000 000 постов и твитов поль-

зователей в Венесуэле показал совершенно иную картину. Во-первых, ни один из каналов международного вещания США, России, КНР, европейских стран и Китая не пользовался популярностью среди граждан Венесуэлы. Во-вторых, цифровая дипломатия действующего президента Н. Мадуро и его сторонников не уступала по своей креативности и популярности лидерам оппозиции, что сказывалось на расстановке политических сил в стране. Ни одна из сторон не была способна окончательно привлечь общественное мнение на свою сторону.

Данные методы анализа являются на сегодняшний момент одними из самых доступных для исследователей. Несомненно, искусственный интеллект может значительно повысить эффективность указанных способов анализа данных и его использование в изучении цифровизации международных отношений, но это — дело ближайшего будущего.

Примечания

- [1] *Гришанина Т. А.* Цифровая дипломатия США в 2009–2020 гг. В свете развития инновационных технологий // Манускрипт. 2021. № 14 (4). С. 682–688.

Вопросы и аналитические задания

1. Как вы понимаете сетцентричный подход и государственноцентричный подход в изучении дипломатии данных?
2. Назовите основные методы анализа дипломатии данных.
3. На основании прочтения статей *Цветкова Н. А., Сытник А. Н.* «Публичная дипломатия в Афганистане, 2002–2018 гг.: влияние США на социальные сети, политическую систему и университеты» и *Сытник А. Н., Цветкова Н. А., Цветков И. А.* «Цифровая дипломатия США в зеркале больших данных: уроки венесуэльского кризиса 2018–2019» определите методы, которые использовали авторы при анализе дипломатии данных США.

Рекомендуемая литература

1. *Сытник А. Н., Цветкова Н. А., Цветков И. А.* Цифровая дипломатия США в зеркале больших данных: уроки венесуэльского

- кризиса 2018–2019 // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 4: История. Регионоведение. Международные отношения. 2022. Т. 27. № 2. С. 192–203.
2. *Tsvetkova N., Kheifets V., Sytnik, A., Tsvetkov I.* Venezuela in U.S. Public diplomacy, 1950s–2000s: The Cold war, Democratization, and the Digitalization of Politics // *Cogent Social Sciences*. 2019. 5 (1). P. 1–15.
 3. *Цветкова Н. А., Кузнецов Н. М.* Феномен дипломатии больших данных в мировой политике // Вестник РГГУ. Серия: Политология. История. Международные отношения. 2020. № 4-1. С. 27–44.
 4. *Цветкова Н. А., Сытник А. Н.* Публичная дипломатия в Афганистане, 2002–2018 гг.: влияние США на социальные сети, политическую систему и университеты // Вестник Санкт-Петербургского университета. Политология. Международные отношения. 2018. Т. 11. № 4. С. 344–361.
 5. *Cull N. J.* The Long Road to Public Diplomacy 2.0: The Internet in US Public Diplomacy // *International Studies Review*. 2013. Vol. 15, No. 1. P. 123–139.

Р а з д е л 4 .

Инструменты публичной дипломатии и дипломатии данных США

Использование сети Интернет в качестве инструмента дипломатии США было положено еще в середине 1990-х гг., когда появился первый интернет-журнал *Washington Files*. Проведение широкомасштабной контртеррористической операции на Ближнем Востоке стало толчком для использования всемирной паутины в качестве инструмента решения внешнеполитических задач. Первая администрация Дж. Буша-мл. перенесла традиционные радио- и телевизионные каналы международного вещания в сеть Интернет и создала новые цифровые каналы вещания, включая телеканал «Альхурра», серию новых радиостанций, включая «Фарда», «Свободный Ирак», «Свободный Афганистан», «Сеть персидских новостей» и пр. Это был видимый переворот в реализации проектов влияния в зарубежных странах под влиянием технологий. Впервые в истории развития информационного противостояния и публичной дипломатии международное вещание стало интерактивным, что предполагало получение мгновенной реакции зарубежной публики через сеть Интернет и прямое общение между правительством США и отдельными блогерами.

Прямое общение с целевой аудиторией других стран через созданные сайты, появление социальных сетей в 2004–2006 гг. и рост числа пользователей подвели экспертов к мысли о возможности реагировать на негативные оценки и мнения публики о США через Сеть. Был создан отдел по взаимодействию с зарубежными пользователями Сети (*Digital Outreach Team*). В начале 2000-х гг. отдел принимал участие в дискуссиях, регистрируясь в социальных сетях в качестве рядовых участников или модераторов дискуссий.

Расцвет цифровой дипломатии пришелся на период администрации Б. Обамы. В сентябре 2010 г. была разработана стратегия развития американской цифровой дипломатии — «Стратегический план развития информационных технологий в 2011–2013 гг.: цифровая дипло-

матия». В данном документе правительство США определило понятие *digital diplomacy* как применение социальных сетей в дипломатической практике правительства США.

Социальные сети стали уже полноценно играть роль новых медиа, в которых США должны были занять приоритетное место посредством мобилизации пользователей либеральных взглядов. Давление Китая на компанию *Google* зимой 2010 г. послужило хорошим поводом для начала взаимодействия между информационными гигантами и Белым домом. Появилась стратегия о продвижении свободы в сети Интернет, которая получила отдельное финансирование в рамках бюджета внешней политики и открывала дорогу для создания софта против цензуры и расширения демократически настроенных блогеров в зарубежных странах.

Администрация Б. Обамы обозначала первые цифровые вызовы — информационная деятельность соперников США, имеющих национальную идеологию и ценности: информационная деятельность Китая в сети Интернет; медиаприсутствие России на пространстве бывшего Советского Союза; внешняя культурная политика Ирана, осуществляемая через социальные сети.

Появились проекты, направленные на создание, обучение и поддержание диалога с зарубежными активистами из Ирана, Китая, России и других стран. Были созданы особые виртуальные проекты по обучению представителей неправительственных организаций методам использования социальных сетей и интернета в своей деятельности. Концептуальной начальной цифровой дипломатией США в 2010-х гг. были две идеи: «мягкая сила» и дипломатия вовлечения (*engagement*), что подразумевало создание условий для изменения политической культуры или смены недемократического режима в других странах посредством поддержки или создания оппозиции. Мгновенная реакция правительства на негативную информацию о США в блогах, диалог между членами правительства США и отдельными пользователями, создание пула неправительственных организаций или лояльных блогеров посредством социальных сетей были основными методами реализации этой дипломатии. Молодежь, имеющая протестные настроения и аспирации к демократии, оказалась основной целевой аудиторией.

К самым важным направлениям, которые были разработаны администрацией Б. Обамы и остаются до сих пор важным компонентом,

относятся: передача технологий и навыков в использовании социальных сетей различным группам в зарубежном обществе; создание твипломаси (или твиттер-дипломатии); внедрение дипломатии хэштега для мобилизации аудитории.

Наиболее важным и действующим проектом оказался проект под названием *Civil Society 2.0* или *Tech@State*. Проект объединяет специалистов в области компьютерной техники, информационных технологий и интернет-технологий с неправительственными организациями и активистами в различных странах. Этот союз содействует объединению всех организаций, ведущих борьбу против режимов или распространяющих идеи о демократии, о правах человека и т.д. в социальных сетях. Специалисты в области информационных технологий обучают представителей подобных организаций и диссидентов из разных стран основам сетевого общения и распространения информации в Сети. Описывая один из семинаров, организованный в Киеве в 2012 г. для сотни активистов городов Украины и Беларуси, организаторы указали цель подобной дипломатии: «Лидеры гражданского общества [Беларуси и Украины] прошли обучение в различных областях, включая использование *Facebook** для взаимодействия с целевой аудиторией, создание видеороликов и веб-сайтов для пропаганды перемен» [1].

Создание твипломаси подразумевало масштабное создание американских дипломатических аккаунтов в социальных сетях, ориентированных на определенную зарубежную аудиторию. Сотрудники Белого дома, Госдепартамента, Пентагона, отдельные конгрессмены, президент США, его пресс-секретарь и многие другие создавали свои открытые аккаунты в рамках данной платформы для информирования мирового сообщества о событиях. Примером могут послужить правительственные профайлы — @USAUrdu, @USAdarFarsi, @USApoRusski и др., — которые обращались к целевой аудитории в Индии, Иране или России на ее родном языке. В те годы еще использовались простые и линейные способы передачи информации. Цифровая дипломатия США была основана на диалоге (*listening*), что обеспечивало обратную связь, а затем и быструю реакцию США на формирующееся общественное мнение пользователей сети. Во время событий арабской весны 2010–2012 гг. твипломаси США оказалась в центре событий. Твит-

* Организация признана экстремистской в РФ в 2022 г.

тер-аккаунты США транслировали информацию о событиях и о тех аккаунтах, которые мобилизуют общество для решения политических задач. Активно создавались виртуальные хабы (например, *Alliance for Youth Movements*) для создания *цифрового активизма* — изменения политической ситуации в разных странах посредством формирования протестного движения в социальных сетях.

Дипломатия хэштега подразумевает формирование информационных кампаний вокруг определенных лозунгов, проблем, обозначенных в рамках цифрового приема, известного как *hashtag*. Продвижение хэштега, который раскрывает подробности проблемы, имеет значение во время кризисных ситуаций для мобилизации пользователей. Данный вид дипломатии активно применялся во время «арабской весны» и московских протестов в 2011 г. и т.д., а в период президентской избирательной кампании в США 2016 г. хэштег *#podestaemails* распространил негативную информацию о демократической партии настолько широко, что администрация компании *Twitter* приняла решение о его удалении.

Использование дипломатии хэштега привело к появлению транснационального движения протеста или кибердиссидентов, которые объединены в рамках одинаковых ценностей и идеологии. Это новый вызов для цифровой дипломатии государств, поскольку сложно предположить, как цифровая дипломатия может сработать на внутреннюю политику. Примерами формирования международного цифрового активизма могут выступать события в Судане в 2018–2019 гг. или Беларуси в 2021 г. Хэштег *#IAmTheSudanRevolution* («я — суданская революция») распространился в международном масштабе, и в суданские протесты оказалась виртуально вовлечена молодежь США, Франции, Германии, России, Южной Кореи и т.д. Пример с белорусскими протестами 2021 г. также показывает возможности транснациональной мобилизации целевой аудитории вокруг определенных постов с яркими хэштегами, которые стимулировали к реализации определенных действий. Количественный анализ постов с хэштегом *#StandwithBelarus* на платформе *Twitter* в период с января по апрель 2021 г. показывает, что 86 % публикаций было сделано пользователями, находящимися не на территории Белоруссии.

К 2013–2015 гг. стало очевидно, что линейная дипломатия плохо справляется в условиях нарастания числа участников, появления кон-

курирующих месседжей и наличия других лидеров общественного мнения. Развитие институтов цифровой дипломатии в России, Иране, Китае, Франции, Германии, а также использование социальных сетей неправительственными организациями радикального толка показало, что США теряют монополию на информацию в интернете. Нужны были инструменты ликвидации информационных угроз и инструменты для сдерживания нежелательной информации.

Первым серьезным вызовом для США оказалась пропаганда, исходящая от ИГИЛ* в 2013–2016 гг. Пропагандисты ИГИЛ провели широкомасштабное информационное наступление в интернете, когда было создано более 60 000 учетных записей, что привлекло сотни тысяч подписчиков. Они не только распространяли антиамериканские пассажи, но и вербовали потенциальных террористов в режиме реального времени в интернете. Главной проблемой оказались молниеносная скорость распространения радикализма и запоздалые ответы США. Краудсорсинговый джихадизм показал, что любой пользователь социальных сетей может стать потенциальным источником терроризма. Эксперты США были уверены, что сумеют победить пропаганду при помощи прямого информационного противостояния, выдвигая свои альтернативные посты или хэштеги. Самая известная цифровая информационная кампания получила название *#ThinkAgainTurnAway* и призывала молодежь не поддерживать идеологию ИГИЛ. Однако количество подписчиков и ретвитов аккаунта Госдепартамента росло слишком медленно по сравнению с таковыми противников, и проект был закрыт, когда экстремисты взломали *@ThinkAgainTurnAway* и вместо этого распространяли сообщения ИГИЛ.

Поражение вынудило специалистов США искать новые способы противодействия сообщениям экстремистов. Именно тогда — в 2015–2016 гг. — в цифровую дипломатию пришла идея, что только закрытие нежелательных профайлов, постов и создание армии лояльных блогеров и ботов для масштабного распространения нужной информации способны победить. На основе этих идей Б. Обама создал новый и существующий до сих пор Центр глобального взаимодействия (*Global Engagement Center*), который координирует деятельность многочисленных блогеров из Европы, Ближнего Востока и Азии, распространяющих

* Запрещенная в РФ организация.

проамериканскую позицию. Приглашенные сотрудники из компаний *Google*, *Facebook* и *Twitter* стали удалять профили экстремистов. К концу 2016 г. более 125 000 профилей, связанных с ИГИЛ, были заблокированы, а также было запущено более 40 глобальных информационных кампаний, что позволило США заявить о победе над пропагандой ИГИЛ.

Эти события заложили новый, но сегодня уже ставший традиционным подход к ведению информационной войны при помощи закрытия каналов, профилей и сообщений в социальных сетях. Компании — такие как *Twitter*, *Facebook*, *YouTube* и др. — не только изменили нормы, но и стали выступать судьями правомерности или неправомерности сообщений с точки зрения внешней политики США, что вызывает острые политические дебаты. Другим следствием стало понимание, что в цифровом измерении международных отношений может появиться отдельный пользователь, блогер, актер или группа виртуальных диссидентов, которые будут способны оказывать влияние на мировую политику и снижать значение и мощь государственной дипломатии.

Россия стала еще одним вызовом для цифровой дипломатии США. В 2013–2015 гг. Москва вышла в лидеры по обеспечению мирового сообщества информацией: 90 % всей информации в мире, которая звучит на русском языке и предназначена для тех, кто понимает русский язык в США, Европе, в странах бывшего социалистического лагеря и СССР, а также в странах Ближнего Востока, контролировалось Россией. Влияние Москвы на русскоязычное население стало заметным на фоне провальной работы таких форпостов американской информационной деятельности США, как каналы «Свободная Европа», «Свобода» и «Голос Америки». Из-за провалов в менеджменте, сокращения финансирования и отсутствия внятных стратегий работы с русскоязычным населением в странах бывшего социалистического лагеря в Европе и СССР эти каналы потеряли значительную аудиторию, и она перешла под влияние российских каналов. Монополия США на распространение информации в мире пошатнулась, а русскоязычащее население в различных регионах оказалось потерянными для американского влияния. Такой поворот событий трактовался западными странами как подъем российского империализма и не оставлял России права на ведение самостоятельной информационной политики в мире.

Русскоязычное население, проживающее на постсоветском пространстве и в странах Восточной Европы, было объявлено приоритетом в политике международного вещания и цифровой дипломатии США. Утверждая, что русскоязычный мир должен настроиться на альтернативные новости США, новая информационная политика, одобренная Конгрессом США в период 2013–2015 гг., предоставила соответствующим ведомствам дополнительные финансовые ресурсы для сдерживания российского информационного влияния.

США вдохнули новую жизнь в «Голос Америки», «Радио Свободная Европа» и «Радио Свобода», которые вернулись на передний край американско-российской конкуренции за умы и сердца людей, живущих в соседних с Россией странах. Дополнительные ассигнования позволили создать 35 новых программ на русском языке для постсоветского пространства, а американские каналы улучшили свое вещание на молдавском, чеченском, грузинском, азербайджанском и украинском языках. Цифровые информационные кампании велись на семнадцати новых языках постсоветского пространства, в том числе на языке крымских татар. В России, где американские каналы потеряли доступ к российской аудитории, интернет стал полем битвы. На слушаниях в Конгрессе США тогдашний помощник госсекретаря Бюро по делам Европы и Евразии В. Нуланд заявила, что основными объектами являются журналисты и блогеры, которые несут ответственность за распространение и поддержание либерального дискурса в России.

Был создан онлайн-канал *Current Time*^{*}, и он стал главной опорой американского вещания для распространения альтернативных интерпретаций официальных новостей. США удалось увеличить число целевой аудитории в России с 0,1 до 7,7 % российского населения. На пространстве Евразии было расширено число суррогатных каналов вещания, особенно в регионе Центральной Азии, а в Европе и особенно на Балканах, на Украине и в Молдове были проведены мероприятия в рамках так называемой программы медийной грамотности (*media literacy*) и расширения корпуса журналистов и блогеров, которые выступали с контрпропагандой на русском языке.

* Канал *Current Time* внесен Министерством юстиции РФ в реестр некоммерческих организаций, выполняющих функции иностранного агента.

Самый масштабный проект в области медийной грамотности был проведен на Украине и охватил порядка 5,4 млн человек посредством челночного обучения и широкой рекламной кампании. Семинары собрали самых разных жителей Украины. Пенсионеры, молодежь, активисты, преподаватели и журналисты были отобраны из 14 регионов Восточной и Южной Украины. Жители Западной и Центральной Украины не привлекались к обучению, поскольку они не являются частными потребителями русскоязычной информации. Каждый участник должен был передать свои знания и навыки еще шести жителям региона после окончания семинара. Первый семинар собрал 120 человек, т.е. в среднем по 13 человек из каждого региона Украины. Следующий семинар собирает еще 120 человек, и т.д. В итоге семинары, реклама на украинских телеканалах и повсеместные обучающие агитационные материалы в общественных местах охватили 20 млн телезрителей, 8 млн радиослушателей, 10 млн подписчиков на платформе YouTube.

События внутривнутриполитической жизни в США, связанные с обвинениями России во вмешательстве в президентскую избирательную кампанию 2016 г. (*Russiagate*), еще раз перевернули методы цифровой дипломатии, причем во всех странах. Американские эксперты публично обозначали методы цифровой дипломатии, привязав их к России. Но в итоге эти методы вошли с новой силой в ежедневную практику цифровой дипломатии стран Европы, НАТО, России, Ирана, Китая, Израиля и пр. Основное изменение, которое произошло в цифровой дипломатии после событий *Russiagate*, — движение к наступательной цифровой дипломатии, к использованию специальных алгоритмов для создания определенного поста для определенной группы пользователей.

Наступательная цифровая дипломатия (*proactive digital diplomacy*) включает в себя следующие методы: критика политической жизни в зарубежной стране является распространенным способом для привлечения аудитории и расширения ее охвата и часто используется лидерами информационной деятельности; обострение (амплификация) полярных мнений по политическим вопросам оказывает влияние на все политические силы и является значимым инструментом современной цифровой дипломатии; фильтрация пользователей относительно их политических предпочтений на основании машинного анализа и выработка подходящих сообщений стали еще одним результатом внедрения технологий; использование компро-

метирующей и секретной информации в так называемых *disclosure campaigns*. Именно так стала выглядеть цифровая дипломатия США и других стран к 2020-м гг.

Противостояние с различными неправительственными группами в Сети, с Россией и другими источниками конкурирующей информации привели к формированию аппарата новой дипломатии данных США. Центр глобального взаимодействия реорганизовал свою работу в сторону осуществления цифровой дипломатии, основанной на фильтрации пользователей, поиске источников нежелательной информации. Россия, Китай и Иран сегодня снова обозначены как основное приложение дипломатии данных. Российское направление подразумевает сдерживание реализации глобальных проектов России в цифровой сфере на Ближнем Востоке, в Европе и Латинской Америке, а также в Центральной Азии посредством взаимодействия с местной цифровой средой, а также посредством развития активной цифровой дипломатии и международного вещания США в странах этих регионов. Китайское направление подразумевает противодействие международному вещанию посредством создания эффективных контрмесседжей. Иранское направление подразумевает активное препятствование распространению пропаганды правительства Ирана как внутри страны, так и за ее пределами.

В Центре глобального взаимодействия были созданы несколько новых отделов: Отдел сбора данных (*Data Collection*), сотрудники которого занимаются получением данных из социальных сетей; Отдел аналитики (*Analytics and Research*) — выявление ключевых блогеров и нарративов; Отдел сотрудничества в области технологий (*Technology Engagement*) — обеспечение партнеров в зарубежных странах технологическими новинками (*TechCamps*); Отдел контента (*Content Team*) — создание месседжей и антимесседжей; наконец, «Отдел кадров» (*Resources Team*) — поиск нужных специалистов и блогеров в зарубежных странах.

Дипломатия данных обозначена как новое средство сдерживания России в Европе и Евразии и средство борьбы за ее демократизацию в законах и обсуждаемых законопроектах о санкциях. Законы о санкциях предоставили дополнительное финансирование для новых программ проектов, которые сдерживают распространение российской информации в странах Европы и США, а также поддерживают

демократические институты внутри России. В знаменитом законе о санкциях от 2017 г. (*Countering America's Adversaries Through Sanctions Act*) международное вещание, мониторинг социальных сетей, взаимодействие с ключевыми блогерами и журналистами в Европе и Евразии обозначены основными инструментами сдерживания России в Европе. Конгресс США выделяет ежегодное финансирование в размере от 250 млн долл. В 2017 г. до 295 млн долл. в 2022 г. для проекта под названием *Countering Russian Influence Fund*. Эти деньги предназначены для стран НАТО в рамках эффективного реагирования на информационные вызовы со стороны России.

Технологии искусственного интеллекта меняют методы цифровой дипломатии. Алгоритмы и анализ социальных сетей позволяют масштабировать потоки информации, точно направлять их на целевые аудитории и, самое главное, реагировать на комментарии пользователей в социальных сетях, выдавая убедительные ответы. Это очень важно в период проведения информационных кампаний, поскольку уже не пост и не твит оказывают влияние на целевую аудиторию, а вереница комментариев, публикуемых под постом, является наиболее эффективным способом влияния. Именно в комментариях скрыто то, что можно назвать политическим ландшафтом страны и населения. Здесь находятся возможности для влияния на мнения пользователей. Поэтому использование искусственного интеллекта в дипломатии является новой ступенью в развитии цифровой дипломатии.

В настоящий момент можно отметить, что спектр воздействия цифровой дипломатии на зарубежное общество варьируется от влияния на выборы, смены политического режима до установления диалога, сотрудничества и распространения идей и ценностей. Сочетание стратегий «острой силы» (*sharp power*) и «мягкой силы» (*soft power*) является значимым в современной цифровой дипломатии, что подразумевает комбинирование жестких инструментов пропаганды и мягких инструментов для формирования диалога. Причем все методы становятся универсальными и могут быть обнаружены в разных странах, которые применяют цифровые подходы к влиянию на зарубежное общество.

Критика политической жизни в зарубежной стране является распространенным способом для привлечения аудитории и расширения ее охвата и часто используется лидерами информационной деятельности — США, Россией, Францией, Германией, Ираном и Китаем. Самый

показательный пример — ток-шоу Дж. Ассанджа (*The World Tomorrow*) на канале *Russia Today*, передача «Зоопарк» на канале *Deutsche Welle* и др., которые критикуют политические позиции лидеров стран Запада и России соответственно. Такие методы, как дискредитация отдельных лидеров или политических сил, распространение информации, которая не является мейнстримом и не освещается СМИ в целевых странах и пр., были известны задолго до эры цифровизации международных отношений. Однако скорость влияния, накал эмоций в цифровом измерении мобилизуют граждан за считанные дни и часы, что может изменить политическую реальность в целевом обществе очень быстро.

Обострение (амплификация) полярных мнений по политическим вопросам оказывает влияние на все политические силы и является значимым инструментом современной цифровой дипломатии. Так, в период президентской избирательной кампании в США 2016 г. появились цифровые проекты, которые фокусировались на вопросах, имеющих полярное понимание и оценку среди различных социальных и политических групп американского общества. Примером могут служить нашедшие информационные кампании такого публика, как *Secured Borders* на платформе *Facebook*. Одна часть постов была посвящена необходимости защиты границ США от нелегальных иммигрантов, а другая демонстрировала все тяготы и лишения тех, кто оказался нелегальным резидентом в США или был депортирован. Страница показывала две стороны проблемы, что привело к интенсификации ее обсуждения и уличным протестам.

Продвижение хэштега, который раскрывает подробности проблемы, — еще один метод, который вошел в современный арсенал дипломатии. Значительную роль хэштеги сыграли для мобилизации молодежи во время «арабской весны» и московских протестов в 2011 г. Важное значение они имеют в цифровой дипломатии разных стран. Например, твиты канала RT, хэштеги организации *WikiLeaks*, которые отражали проблемы политической жизни в США. В частности, хэштег *#podestaemails*, который продвигал содержание переписки команды Хилари Клинтон, распространил негативную информацию о кандидате от Демократической партии настолько широко, что администрация компании *Twitter* приняла решение о его удалении летом 2017 г.

Взаимодействие с представителями различных политических взглядов в зарубежной стране является частью цифровой дипло-

матии. По заключению многих экспертов, уникальность российских каналов международного вещания состоит в том, что они притягивают к себе и сторонников правого лагеря, и радикальных демократов, и лидеров протестных движений, и либертарианцев, и пр. Эффективность месседжа в цифровой дипломатии достигается не путем ограничения целевой аудитории, например привлечением внимания только пролиберальной общественности, но, наоборот, за счет максимального расширения политического спектра читателей, слушателей и зрителей. Правильное тегирование пользователей и их фильтрация стали одним из базовых принципов современной цифровой дипломатии. Вплоть до 2018 г. социальные платформы предоставляли неограниченные возможности по поиску лидеров общественного мнения, их социальных связей и политических предпочтений, а встроенная реклама позволяла оказывать информационное давление на огромные группы населения.

Как следствие современная цифровая дипломатия получила возможность осуществлять быструю мобилизацию граждан в отношении определенных ценностей. Причем сегодня это происходит не по поводу каких-то расплывчатых идей о позитивном образе государства, а вокруг совершенно конкретных проблем, обозначенных особыми хэштегами. Мобилизация определенных социальных групп в современной дипломатии осуществляется посредством создания отдельных пабликов и продвижения хэштегов.

Буквально несколько лет назад использование ботов — машинный способ распространения информации — критиковалось многими специалистами. После обсуждения возможностей применения искусственного интеллекта как средства для ведения переписки с пользователями и реакции на возможные негативные комментарии под постом в социальных сетях задействование ботов уже не является чем-то аморальным. Показателен пример внедрения технологических новинок в цифровую дипломатию США. Существенное влияние на ее развитие оказали американские расследования цифровой дипломатии России. Правительство стало заявлять о применении тех же методов и механизмов, которые ранее подлежали осуждению. Были созданы дополнительные отделы по анализу больших данных, использованию ботов, блокчейна и пр. для ведения информационных кампаний в сети Интернет и решения задач, таких как информационное противостояние с Россией в странах Балканского полуострова и Европы в целом.

Примечания

- [1] Techcamp in Kyiv: Building a Bridge between Civil Society and Technology. A Letter from Cheryl Mills and Alec Ross to Hilary Clinton // WikiLeaks. <https://wikileaks.org/clinton-emails/emailid/19335>.

Вопросы и аналитические задания

1. Что такое «дипломатия хэштега»?
2. Определите актуальные функции отдела дипломатии данных Госдепартамента США — *Global Engagement Center*. <https://www.state.gov/bureaus-offices/under-secretary-for-public-diplomacy-and-public-affairs/global-engagement-center>.
3. На основании анализа документа систематизируйте новые методы дипломатии данных: *Industrialized Disinformation: 2020 Global Inventory of Organized Social Media Manipulation*. Oxford 2021. demtech.oii.ox.ac.uk.

Рекомендуемая литература

1. *Industrialized Disinformation: 2020 Global Inventory of Organized Social Media Manipulation*. Oxford 2021. demtech.oii.ox.ac.uk.
2. Tsvetkova N. Dealing with a Resurgent Russia: Engagement and Deterrence in US International Broadcasting, 2013–2019 // Vestnik of St. Petersburg State University. International Relations. 2020. V. 12. № 4. P. 435–449.
3. Tsvetkova N. Russian Digital Diplomacy: A Rising Cyber Soft Power? // A. Velikaya & G. Simons (Eds.). *Russia's Public Diplomacy: Evolution and Practice*. L., N. Y.: Palgrave Macmillan, 2019. P. 98–109.
4. Tsvetkova N., Sytnik A., Grishanina T. Digital International Relations: Uncertainty, Fragmentation, and Political Framing // *The Routledge Handbook of Russian International Relations Studies*. Lagutina M., Tsvetkova N., Sergunin A. (Eds.). N. Y., L.: Routledge, 2023. P. 381–395.
5. Цветкова Н. А., Фёдорова И. В. Дипломатия данных США: цели, механизм, содержание // США и Канада: экономика, политика, культура. 2021. Т. 51. № 1. С. 104–116.

Раздел 5.

Дипломатия данных США и стратегия сдерживания России как пример исследовательской работы

Анализ дипломатии данных США требует изучения документов отделов Государственного департамента, особых отделов Пентагона, Агентства международного развития. Более того, при изучении данного внешнеполитического инструмента целесообразно использовать материалы Конгресса США. Особую роль здесь играют слушания в профильных комитетах, которые помогают понять детали реализации отдельных проектов. Эксперты, которые приглашаются на слушания, оглашают результаты мониторинга развития цифровой политики США, что способствует формированию сбалансированного взгляда на природу дипломатии данных США. Законы о финансировании внешнеполитических ведомств предоставляют ценную информацию о финансировании проектов и обозначают ведомства или проекты, которые относятся к реализации программ дипломатии данных. Отчеты счетной палаты Конгресса США предоставляют информацию о некоторых проблемах в реализации дипломатии данных.

Следующие параграфы раздела иллюстрируют возможности использования разнообразной документальной базы для понимания целей, содержания и результатов работы дипломатии данных в отношении России.

Дипломатия данных США и Россия

В настоящий момент дипломатия данных США финансируется из бюджета публичной дипломатии и международного вещания и переживает период щедрых дотаций с 2018 г., несмотря на то что президент Д. Трамп стремился к сокращению расходов на различные проекты во внешней политике, включая информационные. Однако ему не удалось реализовать свои интенции. Напротив, расходы на между-

народное вещание, интернет-дипломатию и публичную дипломатию постоянно возрастают благодаря позиции Конгресса и работе лоббистов. Значительное финансирование получают каналы международного вещания, которые вовлечены в использование анализа больших данных относительно целевой аудитории, политических предпочтений зрителей или слушателей, а также их реакции в комментариях под постами в социальных сетях: вместо традиционной суммы в 600 млн долл. каналы получили более 800 млн долл. в 2019 и 2020 гг., что является рекордом и свидетельствует о новом этапе развития цифровой внешней политики США. Вместо 5 млн долл. отделы Госдепартамента, занимающиеся созданием проектов в области дипломатии данных, получили порядка 80 млн долл. в 2020 г. Можно ожидать, что финансирование будет только возрастать в связи с новым витком обвинений России в использовании пандемии в информационных проектах или осуществлении информационных активных мер во время проведения специальной операции на Украине.

Несмотря на дотации, личность президента вносит диссонанс в работу ведомств, отвечающих за дипломатию данных. Президент Трамп обвинял американские каналы международного вещания в использовании информации против интересов США. Достаточно вспомнить его майскую кампанию 2020 г. против «Голоса Америки». Президент обвинил канал в использовании китайских источников информации об эпидемии коронавируса. Впервые в истории США глава государства обвиняет ведомство публичной дипломатии в осуществлении некорректной политики. Нападки президента заключались не только в стандартных выпадах, озвученных в твиттер-аккаунте или на брифингах с журналистами, но и в издании особого документа Белого дома о критике канала, что снижает привлекательность канала и эффективность его работы, а также заставляет квалифицированных специалистов в области цифровой дипломатии покидать правительственные ведомства.

Надо отметить, что личная цифровая активность президента является еще одним серьезным вызовом для дипломатии США. Персонализация политики, перенос принятия решений в цифровую среду, игнорирование медийного мейнстрима и критика либеральных СМИ, эмоциональность и вместе с тем демонстрация аутентичности личности президента впервые создали необычную проблему для информационных проектов США в сети Интернет. Какие ценности трансли-

ровать на зарубежную аудиторию? Ценности президента? Как осветить личность президента? Американская дипломатия еще не имела дилеммы столкновения либеральных ценностей Америки, традиционно продвигаемых международным вещанием и цифровой дипломатией США, с личностью президента, который порой продвигает противоположные ценности. В силу этого эксперты сократили число информационных потоков о президенте, чтобы не оказываться в ситуации, когда официальное международное вещание США критикует своего президента.

Более того, президент оказывает особое влияние на кадровый состав аппарата публичной дипломатии. Президент в течение трех лет, с 2017 по 2020 г., держал состав Агентства глобальных медиа, которое отвечает за все международные информационные проекты США, в подвешенном состоянии, не сумев поменять его главу, назначенного еще президентом Б. Обамой. Это осложняло работу всех участников цифровой дипломатии до середины 2020 г., пока наконец Конгресс не утвердил главой данного внешнеполитического механизма известного консервативного документалиста и продюсера М. Пака. Президент часто меняет заместителей госсекретаря по публичной дипломатии, а в 2020 г. совсем ликвидировал данную должность и перенес центр проектной деятельности в отделы по дипломатии данных, а точнее — в упомянутый выше отдел госдепартамента по глобальному взаимодействию. Другими словами, президент поддерживает тенденцию о замене традиционных кадров и инструментов на использование новых цифровых инструментов, которые, как оказалось, направлены против российской информационной деятельности в Европе.

Неоднократно в стенах Конгресса звучали самые разные оценки, на основании которых строится сегодня и внешняя политика, и дипломатия данных США, несмотря на то что многие данные уже считаются ошибочными. Эксперты утверждают, что за последние 20 лет со стороны России было проведено не менее 362 операций в 41 стране Европы с задействованием таких инструментов, как информационные операции и цифровая дипломатия [1]. К этим фактам добавлялись данные о возможных действиях России в период проведения предвыборной кампании в США, согласно которым в период 2015–2017 гг. было создано от 120 до 470 страниц *Facebook* для влияния на американских граждан. Количество постов, размещенных на этих стра-

ницах, оценивается в 80 тыс., а количество просмотров этих записей — в 126 млн. При этом, по оценкам экспертов, более 29 млн американцев были вовлечены во взаимодействие с публикуемой информацией посредством комментирования, репостов и иных действий.

Озабоченность по поводу информационных проектов России привела к тому, что политический дискурс, фундамент и стратегии, на которых выстраиваются проекты информационной работы, публичной дипломатии в отношении Москвы кардинально изменился. Вместо традиционного утверждения администрации Б. Обамы об активизации информационных проектов, направленных на русскоязычное население, всё чаще стала обозначаться проблема российского «пагубного влияния» (*malign influence*). Согласно закону о национальной обороне, «пагубное влияние» — это «координированное, интегрированное и синхронизированное применение национальных дипломатических, информационных, военных, экономических, деловых, коррупционных, образовательных и иных возможностей враждебными иностранными державами с целью формирования отношений, поведения, решений или достижения иных результатов внутри США» [2].

Дипломатия данных стала обозначаться как новое средство сдерживания России в Европе и Евразии и средство борьбы за ее демократизацию в законах и обсуждаемых законопроектах о санкциях. Законы о санкциях предоставили самое щедрое дополнительное финансирование для новых программ проектов, которые сдерживают распространение российской информации в странах Европы и США, а также поддерживают демократические институты внутри России. В законе о санкциях от 2017 г. (*Countering America's Adversaries Through Sanctions Act*) международное вещание, цифровизация информации, мониторинг социальных сетей, взаимодействие с ключевыми блогерами и журналистами в Европе и Евразии обозначены основными инструментами сдерживания российской информации. Конгресс выделил ежегодное финансирование в размере 250 млн долл. в 2018 и 2019 гг. и 275 млн долл. в 2020 г. и последующие годы для проекта под названием *Countering Russian Influence Fund* [3]. Эти средства предназначены для стран НАТО, а также для стран — претендентов на вступление в ЕС, которые самостоятельно не способны эффективно реагировать на вызовы со стороны России. Среди целевых направлений — содействие в защите избирательной системы от кибератак; укрепление

судебной системы; наращивание потенциала гражданского общества и СМИ и широкое распространение информации из американских источников.

Приоритет в новой политике отдан странам Балканского полуострова и Восточной Европы. Эксперты США пришли к выводу, что страны Балканского полуострова остаются «уязвимыми для внутренних и внешних дестабилизирующих сил, включая влияние России». В 2018 г. запущены две новостные ленты для русскоговорящего населения, из балканской службы «Радио Свободная Европа/Радио Свобода» сделали площадку для мобилизации проамериканских настроений в Боснии, Сербии, Черногории, Македонии и Косово, а подразделение *Radio Europa Liberă* направило свою деятельность на Молдову и Румынию, вещание в которой было возобновлено после десятилетнего перерыва. Среди подразделений «Голоса Америки» особая роль отводится «Албанской службе», которая по показателям охвата аудитории превосходит все остальные международные вещательные компании, работающие в регионе. Все платформы в регионе сфокусированы на трансляции основных американских демократических ценностей, а также на донесении целей внешней политики США и работают в сети Интернет. Основная задача дипломатии данных — поиск источников информации российского содержания, создание контринформации, а также формирование пула локальных блогеров, кто способен распространять «нужную» информацию.

Однако проблемы охвата аудитории остаются. Еженедельная аудитория Албанского сервиса «Голос Америки» в Македонии составляет 7,2 % населения, в то время как у Боснийской службы данный показатель составляет 13,4 %, а у Македонской службы — 19 % взрослого населения. Сербский сервис достигает порядка 12 % взрослого населения посредством сотрудничества с национальными и региональными аффилированными СМИ. Нельзя сказать, по американские каналы популярны среди населения. Многие американские эксперты предупреждают, что сложно вести противостояние с Россией на ее границах и в странах Восточной Европы, где сильны языковые и родственные связи.

Для самой России были разработаны новые инициативы по поддержке демократических сил и свободы в интернете. Вырос и бюджет, выделяемый на Россию: если в 2016 г. общий бюджет, выделенный на реализацию программ публичной дипломатии в России, составлял

порядка 5 млн долл., то в 2018 г. — 11,3 млн [4]. Отдельной статьей увеличено финансирование для традиционных проектов, указанных в таких законах, как *Freedom Support Act 1992* и *Support for Eastern European Democracy Act of 1989*. На подобные программы было выделено 760 млн долл. И здесь мы не затрагиваем многомиллионные дотации на проекты, которые финансируются Агентством международного развития и другими организациями. Это является отдельным исследованием.

Однако наибольший эффект создают традиционные каналы международного вещания, которые превратились в цифровые платформы. Они не только информируют, но и ведут диалог с публикой при помощи комментариев, публикуют любительские видео, а также финансируют самые разные проекты в целевых странах. Развитие технологической базы проектов, возросшее присутствие в социальных сетях, а также вещание в прямом эфире сделали американские каналы популярными среди молодежи. Онлайн-трансляции и стримы повысили уровень доверия среди российской аудитории, которой предоставляется возможность сравнить интерпретации событий американских и российских каналов.

В итоге международное вещание США значительно улучшило свое положение на пространстве бывшего СССР, включая Россию. Мы упоминали: если в 2013 г. около 0,1–0,3 % населения России слушали или смотрели каналы международного вещания США, то в 2019 г. данная цифра достигла 7,7 %, или почти 7,9 млн человек [5]. Это достаточно серьезный рывок, однако в сравнении с числом советских слушателей американских радиостанций в период «холодной войны», что составляло, по самым скромным подсчетам, около 10 % населения, эти проценты не выглядят чем-то серьезным в контексте открытого информационного пространства и многочисленных источников информации. Среднее ежемесячное количество посещений русскоязычного сайта «Голос Америки» составляет 2 млн, а среднее число просмотров видео канала на платформе *Facebook* — 147 млн пользователей, которые понимают русский язык и выбирают русскоязычную версию канала. Эксперты выделяют аудиторию *Facebook* как одну из наиболее активных, поскольку посты в этой социальной сети ежедневно собирают порядка 1 млн активностей (комментарии, лайки и т.д.).

Анализ пользователей, сбор больших данных, создание стратегий и постов и все другие методы дипломатии данных координируются

упомянутым выше Отделом глобального взаимодействия. Созданный еще администрацией Б. Обамы для противостояния распространению радикальной идеологии в Сети, Отдел является основным звеном в политике информационного и цифрового сдерживания России. Это пул принятия решений, выработки стратегии, поиска технических решений и реализации проектов в эпицентре, по мнению американских экспертов, информационного противостояния — в Европе. Закон о финансировании национальной обороны 2017 и 2019 гг. (*National Defense Authorization Act*) расширил задачи отдела, включив проекты по противодействию пропаганде со стороны иностранного государства и неправительственных организаций в самих США. Отдел получил возможность выдавать гранты и заключать контракты с зарубежными неправительственными организациями для ведения информационной работы. На начало 2020 г. в отделе работают порядка 130 сотрудников и ведомство полностью сконцентрировалось на создании контрмессежей против российских активных блогеров, а также аккумулирует данные о масштабах информационной деятельности России и публично осуждает информацию, которая обозначается как пропаганда или дезинформация. Работа отдела щедро профинансирована Конгрессом США. Если в 2015 и 2016 гг. Отдел глобального взаимодействия получал на свою деятельность в сети Интернет 8–16 млн долл., то сегодня — около 55 млн долл. На 2019 и 2020 гг. дополнительно было выделено по 60 млн долл. При этом бюджет группы, занимающейся российской политикой на начало 2020 г., составляет 21,6 млн долл.

Отдел глобального взаимодействия имеет три региональных отдела, каждый из которых занимается определенной страной: Россией, Китаем и Ираном. В отношении этих стран обозначены особые задачи. В отношении Китая — это создание контрмессежей (при помощи искусственного интеллекта) для ответа на нарратив, поступающий в социальные сети из правительственных источников Китая. В отношении Ирана предусмотрена программа по поддержке либеральных слоев общества в самом Иране при помощи распространения проамериканской информации. В отношении России — сдерживание российских источников информации в социальных сетях [6]. Сдерживание подразумевает и создание альтернативной информации или удаление профайлов, которые обвинены владельцами компании *Twitter* или *Facebook* как пропагандистские.

Стратегия отдела в отношении России состоит из трех элементов: анализ информационной деятельности России в социальных сетях; наращивание потенциала по распознаванию дезинформации и реагирование на нее; заполнение информационного вакуума. В основе аналитической составляющей стратегии отдела лежит необходимость понимания тактики и целей российской политики, в связи с чем его деятельность направлена на раскрытие таких вопросов, как: на какие целевые аудитории нацелена политика России? как Россия достигает целевой аудитории? насколько эффективны методы России? Чтобы ответить на эти вопросы, задействуются как традиционные методы работы с аудиторией, например проведение фокус-групп и анкетирования, так и современные методы, основанные на обработке данных из сетей. В рамках программ, направленных на наращивание способности эффективного реагирования на информационные проекты России, Отдел глобального взаимодействия спонсирует тренинги представителей гражданского общества в государствах Европы, а также спонсирует местные СМИ для обеспечения нужного освещения событий, проведения мероприятий по повышению медиаграмотности населения и т.д.

Проекты США по расширению медиаграмотности широких слоев русскоговорящего населения были запущены под руководством Агентства США по глобальным медиа и известной неправительственной организации IREX на территории Украины, Молдавии, Грузии, России, других стран постсоветского пространства, а также на территории Восточной Европы. Официально провозглашаемая цель повышения медиаграмотности — это создание критического восприятия потребляемой информации, которая исходит от России.

Самой известной инициативой в данной области является проект «Учись различать» (*Learn to Discern*), который направлен на обучение населения тому, как надо смотреть или читать новости на русском языке, реализованный в Украине посредством «Программы медиаграмотности для граждан» и охвативший несколько миллионов человек посредством челночного обучения и широкой рекламной кампании. Для участия в семинарах были отобраны представители из самых разных категорий жителей Украины: пенсионеры, молодежь, активисты, преподаватели и журналисты из 14 регионов Восточной и Южной Украины для обучения. По словам руководителя данного проекта, жители Западной и Центральной Украины не привлекались к обучению,

поскольку они не являются потребителями русскоязычной информации. Каждый участник должен был передать свои знания и навыки еще шести жителям региона после окончания семинара. В итоге семинары, реклама на украинских телеканалах и масштабные краткие обучающие агитационные материалы в общественных местах охватили 20 млн телезрителей, 8 млн радиослушателей и 10 млн подписчиков на платформе YouTube. Данный проект стал образцом для других стран постсоветского пространства. Например, в Молдове подобная программа была реализована немецким каналом *Deutsche Welle*. В России к проекту о повышении медиаграмотности присоединился канал «Настоящее время» посредством создания передачи «Смотри в оба» (*See in both sides*), авторы которой проводят сравнительный анализ новостей, поступающих из России и Украины, а также высшие учебные заведения, которые проводят семинары для студентов. Кроме этого, проекты по медиаграмотности поддерживаются отделами по связям с общественностью посольств [7].

Согласно данным, опубликованным после проведения интенсивного обучения медиаграмотности в 50 средних школах Украины, уровень уважения профессиональной журналистики среди школьников увеличился на 12 %; число участников, считающих себя способными распознавать качественные СМИ, увеличилось на 36 %; а число желающих получать более качественную информацию, основанную на официальных отчетах и фактах, увеличилось на 41 %. Полученные данные стали стимулом для Министерства образования для создания планов по расширению охвата проекта на все школьные округа Украины к 2021 году. Однако противостояние с Россией на ее бывших окраинах затруднено активной позицией России, которая принимает усилия по отстаиванию своих позиций, а также крепкими связями населения с РФ. Кроме этого, Национальный фонд демократии выделил грант для организации, базирующейся в Сараево, деятельность которой направлена на координацию ведущих представителей Юго-Восточной Европы в области проверки фактов и опровержения дезинформации. В рамках реализации гранта проводится работа с группами активистов из Сербии, Черногории и Северной Македонии по созданию единой региональной онлайн-платформы по мониторингу традиционных и онлайн-СМИ на предмет выявления вводящей в заблуждение или ложной информации.

Также стоит отметить, что организация НАТО обозначена как главный партнер проектов публичной дипломатии США. Открытие и финансирование контрпропагандистских центров для публикации материалов о российской информационной деятельности и поиск сообщений, подрывающих либеральные ценности в русскоязычном сегменте интернета, являются основными направлениями работы. Создаются такие центры, как *EU East StratCom Task Force* в Восточноевропейском регионе для мониторинга российской пропаганды и формирования быстрого ответа на твиты или посты русскоязычных блогеров в социальных сетях [8]. В задачи рабочей группы входят также содействие посольствам США в регионе по распространению позитивного имиджа США в социальных сетях, а также повышение медиаграмотности среди населения с целью повышения уровня устойчивости аудитории перед российским информационным потоком.

Более того, эксперты правительства США осуществляют поиск и применение технологий, позволяющих наиболее эффективно добиваться поставленных целей. Одна из инициатив — *Technology Demonstration Series* — направлена на консолидацию специалистов из IT-сферы для обмена идеями по поводу создания эффективного реагирования на пропаганду и дезинформацию. Следующие технологии стали частью дипломатии данных США: идентификация контента, распространяемого с помощью технологии распределенного реестра; обнаружение ботов в социальных сетях, а также автоматическая генерация сообщений в диалогах и комментариях. Дипломатия данных способна выявлять источники «ненужной» враждебной информации, предсказывать адаптацию России и других стран к американской цифровой деятельности и предоставлять технологические решения для реагирования на угрозы, порождаемые так называемыми генеративно-сопоставительными нейросетями, известными как *deepfakes*. Надо сказать, что до 2018 г. не наблюдалось такого всплеска активности в данной области. Тогда США жестко критиковали другие страны за использование так называемых «низкоморальных» инструментов дипломатии данных, которые способны манипулировать информацией и оказывать существенное влияние на пользователей социальных сетей.

Особым звеном выступает технология искусственного интеллекта, широко обсуждаемая во всех странах. Аппарат цифровой дипломатии

США значительно приблизился к возможностям реального использования данной технологии. Исполнительный указ о «поддержании американского лидерства в области искусственного интеллекта» 2019 г. призывает федеральные ведомства рассматривать данную технологию в качестве ведущего элемента деятельности. В дипломатии данных искусственный интеллект используется для выявления аномального поведения, обнаружения кампаний дезинформации, обнаружения информационного мошенничества трафиком или новостями и, самое главное, для создания контента и новых месседжей [9].

Дополнительным, но важным направлением дипломатии данных выступает поддержка политики свободного доступа к интернету во всех странах. С 2016 г. это направление реализуется отделом в области интернет-свободы Агентства США по глобальным медиа. Агентство отвечает за обеспечение доступа к потоку информации и свободы выражения мнения в странах, где действует механизм цензуры. С 2019 г. поддержка и распространение технологических инициатив, направленных на преодоление цензуры, обеспечение необходимого уровня приватности пользователей и др. являются стандартными ежедневными задачами. Примерами таких проектов выступают приложение *Delta Chat*, позволяющее осуществлять анонимный обмен сообщениями без привязки к номеру телефона, VPN-сервис *Psiphon*, позволяющий обходить цензуру, и т.д. В 2020 г. сотрудники разработали новые материалы и тренинги по обходу цензуры в Сети, расширили аудиторию в государствах, где существует ограниченный интернет, а также создают и распространяют технологии, позволяющие обеспечить безопасный доступ к контенту США из любой точки мира и т.д.

Наконец, если заглянуть в инициативы Белого дома или конгрессменов, которые ждут принятия и финансирования, то можно сделать вывод о новых проектах в данной области, которые созданы благодаря появлению стратегии о цифровом сдерживании России. Каналы вещания, такие как «Голос Америки» и др., в последующие годы будут расширять использование инструментов мониторинга целевой аудитории и фильтрации пользователей по политическим интересам, с помощью которых можно регулировать поток информации, обеспечивая аудиторию контентом, соответствующим ее интересам. Надо сказать, что еще в 2017 г. конгрессмены и американские эксперты достаточно критически относились к этой технологии, обви-

няя Россию и другие страны в ее использовании и подрыве политической стабильности в США. Однако сегодня данная технология фильтрации пользователей является признанным и эффективным подходом и развивается в официальной дипломатии данных США. Эти и другие шаги в цифровой сфере в деталях намечены в законопроекте о новом пакете санкций, известном как *Defending American Security from Kremlin Aggression Act*. Законопроект представляет собой заверения конгрессменов в поддержке НАТО, укреплении единства Европы и принятии новых санкций против Москвы, и требует использовать возможности цифровых платформ и анализа больших данных для эффективного влияния на целевую аудиторию. Во втором разделе предложены новые реформы институтов дипломатии для сдерживания России, в рамках которых предусмотрено создание особого органа — *National Fusion Center to Respond to Hybrid Threats*, — ответственного за координацию и реализацию ответной реакции на цифровые проекты, идущие из России. Ключевое новшество — поиск и работа с целевой аудиторией в странах Европы, которая требует дополнительных усилий по ее возвращению в информационные потоки США.

Кризис на Украине демонстрирует пример использования многообразия акторов в цифровой внешней политике США при объединении содержания информации. На платформе *Twitter* обнаруживается не только активная деятельность и единство постов государственного аппарата цифровой дипломатии США, но впервые проявилась цифровая вовлеченность около 900 американских политиков, которые продвигали тезисы информационной кампании в поддержку позиции Киева. Несомненно, сам кризис вызывал активизацию политического истеблишмента США, но показательно проявилось единство политической позиции среди американских участников твиттер-групп. Конгрессмены, политики, дипломаты и частные блогеры поддерживали и цитировали основные смысловые твиты правительственных каналов. Это способствовало тому, что малопопулярные каналы государственной цифровой дипломатии и международного вещания США попадали в топ-250 аккаунтов из миллионов каналов, где обсуждалась тема кризиса.

Украинский кризис привнес несколько новых трендов в цифровую дипломатию. Произошли изменения в содержании месседжа самых различных акторов, в основном американских, российских и европейских,

но есть и примеры китайских. Цифровые ресурсы стали использоваться для информационного устрашения противников, что крайне редко наблюдалось ранее. Например, январская волна информационной кампании 2022 г., направленная на пропаганду последствий для России возможной операции, в марте — июне 2022 г. сменилась волной дискредитации политиков и ценностей России. Третья волна информационной кампании сконцентрировалась на сарказме и дискредитации посредством распространения визуальных образов. Для обозначения политики, когда государства используют юмор для фрейминга событий в целях продвижения национальных интересов, деконструкции критики со стороны оппонентов и противоборствующих нарративов, была предложена концепция стратегического юмора в публичной дипломатии. Все эти волны отражались в едином содержании месседжа, продвигаемого политическими фигурами, дипломатами, международным вещанием и цифровой дипломатией, исходящего от государственных каналов США и Европы. Более 3 миллионов твитов на английском, русском и украинском языках на платформе *Twitter*, которые содержали *#Украина* на разных языках с конца 2021 г. по конец 2022 г., показывают эти изменения в методах цифровой дипломатии США.*

Более того, к 2022 г. сработал эффект традиционной публичной дипломатии, которая была направлена на создание сети блогеров, поддерживающих или цитирующих повестку каналов США или Украины. Киберармия независимых экспертов, исследователей и активных поль-

* Выбор именно этого хэштега был обусловлен неформальным правилом использования хэштега страны для донесения информации до целевой аудитории, и во всех твитах содержалась информация или обсуждение проблемы по Украине. С помощью языка программирования Python и запроса «SQL» в базу данных PostgreSQL была осуществлена классификация наиболее популярных твитов и самых влиятельных аккаунтов в *Twitter*, что позволило определить место акторов аккаунтов разных стран, включая США, среди лидеров общественного мнения в глобальной дискуссии по событиям на Украине. Мы классифицировали популярность местных блогеров, различных радикальных организаций и пр. Были выбраны 250 самых влиятельных каналов за каждый месяц. *Влиятельность* постов, или их информационный охват, измеряется путем подсчета числа информации пользователями или репостов, комментариев и построения маршрута репостов пользователей и их уровней. Другими словами, в современной цифровой дипломатии влиятельность — это масштаб взаимодействия команды дипломатов или индивидуальных блогеров с аудиторией, исчисляемый, как правило, количеством репостов.

зователей выступает основным звеном в создании так называемой дипломатии мемов, сарказма и юмора. Ранее подобный подход редко использовался правительством США в других странах. Визуализация контента, устрашение и дискредитация противника, а также использование сарказма оказались фронтлайнерами цифровой дипломатии. Законы о санкциях против России предоставляли финансирование для таких проектов, которые сдерживают распространение российской информации в странах Европы и США. В знаменитом законе о санкциях от 2017 г. международное вещание, мониторинг социальных сетей, взаимодействие с ключевыми блогерами и журналистами в Европе и Евразии были обозначены в качестве основных инструментов сдерживания России в Европе.

Соединение правительственных каналов с многочисленными креативными организациями на Украине способствовало тому, что международное вещание США стало востребовано целевой аудиторией не только на Украине, но и в других странах, теми пользователями, кто интересовался вопросами кризиса. Как правило, каналы международного вещания США, такие как «Голос Америки» или «Радио Свобода», не занимают лидирующих мест среди аудитории в зарубежных странах. Благодаря программам обучения и формирования института суррогатов эти каналы оказываются основным хабом, где циркулирует информация, предназначенная для дальнейшего цитирования и распространения по сайтам дружественных журналистов и СМИ. Около 15 каналов правительственной цифровой дипломатии не покидали лидирующих позиций среди 250 влиятельных каналов на платформе *Twitter* по теме Украины. Их информация постоянно цитировалась и использовалась американскими политиками и дипломатами, которые активно включились в информационное противостояние с Россией.

Большинство популярных постов на платформе *Twitter*, как со стороны США, так и со стороны Украины и других стран, публикуются на английском языке, что свидетельствует о выстраивании линии взаимопонимания и сотрудничества между пользователями, которые готовы поддержать позицию США и информационную кампанию на английском языке. Еще в ноябре 2021 г. английский язык не доминировал по вопросам Украины на платформе *Twitter*. Резкий рост числа публикаций появился в конце декабря 2021 г. — начале января 2022 г., захватывая только тех пользователей, которые продвигают трансатлан-

тическое партнерство между США и Украиной или между Европой и Украиной и которые готовы апеллировать к западной аудитории и обсуждать кризис на английском языке. Несомненно, сыграла свою роль политика замедления работы платформы в России, но формирование нарратива для массы европейцев, украинцев, американцев на английском языке имеет важнейшее значение. Как это ни парадоксально, один из продвигаемых принципов языкового разнообразия в киберпространстве становится новым источником фрагментации, а линия возможных договоренностей, лоббизм и давление проходит в области языковой политики и устанавливается антироссийским содержанием твитов. Данный пример цифровой внешней политики создает известный эффект информационного пузыря, в котором формируется виртуальная политическая реальность, весьма далекая от реальных событий. Однако любой отдельный твит в условиях такой фрагментации оказывает влияние на принятие политических решений, обозначая зарождающиеся альянсы и противостояния.

Примечания

- [1] *U.S. House Committee on Foreign Affairs. Testimony by the Director of the Alliance for Securing Democracy.* May 21, 2019. <https://foreignaffairs.house.gov/2019/5/undermining-democracy-kremlin-tools>.
- [2] *U.S. Congress. John C. McCain National Defense Authorization Act. P. L. 115–232.* <https://www.congress.gov/115/plaws/publ232/PLAW-115publ232.pdf>.
- [3] *U.S. Congress. Consolidated Appropriations Act, 2019.* P.L. 116–6. <https://www.congress.gov/bill/116th-congress/house-joint-resolution/31>.
- [4] *Comprehensive Annual Report on Public Diplomacy and International Broadcasting. U.S. Advisory Commission on Public Diplomacy, 2018.* <https://www.state.gov/wp-content/uploads/2019/05/2018-ACPD.pdf>.
- [5] *U.S. House Committee on Appropriations. Statement by the Director of the U.S. Agency for Global Media. July 10, 2019.* <https://appropriations.house.gov/events/hearings/united-states-efforts-to-counter-russian-disinformation-and-malign-influence>.
- [6] *U.S. Committee on Foreign Relations. Statement by the Coordinator for the Global Engagement Center. March 5, 2020.* <https://www.foreign.senate.gov/hearings/the-global-engagement-center-leading-the>

united-states-governments-fight-against-global-disinformation-threat.

- [7] *Coordinator Jim Kulikowski's Testimony Before the House Appropriations Subcommittee on State, Foreign Operations, and Related Programs "United States Efforts to Counter Russian Disinformation and Malign Influence," July 10, 2019.* <https://docs.house.gov/meetings/AP/AP04/20190710/109748/HHRG-116-AP04-Wstate-KulikowskiJ-20190710.pdf>.
- [8] *Russian Social Media Influence: Understanding Russian Propaganda in Eastern Europe. RAND Report, 2018 // RAND.* https://www.rand.org/pubs/research_reports/RR2237.html.
- [9] *U.S. Agency for Global Media. Budget Justification, 2020.* https://www.usagm.gov/wp-content/uploads/2019/03/USAGMBudget_FY20_CBJ_3-15-19.pdf.

Вопросы и аналитические задания

1. Назовите документальную базу, которую использовали авторы для подготовки исследования по теме «Дипломатия данных США и Россия».
2. Определите методы анализа, которые использовались авторами данного исследования для понимания участия дипломатии США в украинском конфликте.
3. На основании анализа цифровой стратегии США до 2024 г. сделайте вывод об основных направлениях цифровой дипломатии: *Digital Strategy 2020–2024 // USAID.* https://www.usaid.gov/sites/default/files/documents/USAID_Digital_Strategy.pdf.

Рекомендуемая литература

1. *Tsvetkova N. Dealing with a Resurgent Russia: Engagement and Deterrence in US International Broadcasting, 2013–2019 // Vestnik of St. Petersburg State University. International Relations. 2020. V. 12. № 4. P. 435–449.*
2. *Tsvetkova N., Sytnik A., Grishanina T. Digital International Relations: Uncertainty, Fragmentation, and Political Framing // The Routledge*

- Handbook of Russian International Relations Studies. Lagutina M., Tsvetkova N., Sergunin A. (Eds.). N. Y., L.: Routledge, 2023. P. 381–395.
3. *Цветкова Н. А., Фёдорова И. В.* Дипломатия данных США: цели, механизм, содержание // США и Канада: экономика, политика, культура. 2021. Т. 51. № 1. С. 104–116.
 4. *Цветкова Н. А.* «Русский мир» в публичной дипломатии США: направления на 2015–2018 гг. // США и Канада: экономика, политика, культура. 2016. № 8 (560). С. 59–72.
 5. *Сытник А. Н.* Информационные технологии в реалиях политического кризиса: от сетевого проекта «Евромайдан» до создания стратегической коммуникации на Украине (2013–2016 гг.) // Власть. 2017. Т. 25. № 4. С. 86–91.

Т е с т

- 1) Назовите концепцию, на которой основывалась цифровая дипломатия США в 2010-е гг.
 - A. «Острая сила»;
 - B. «Мягкая сила»;
 - C. «Сдерживание»;
 - D. «Конструктивизм».

- 2) На какую концепцию опиралась цифровая дипломатия и дипломатия данных США в 2020-е гг.?
 - A. «Острая сила»;
 - B. «Острая сила» и сдерживание;
 - C. «Мягкая сила» и вовлечение;
 - D. Пропаганда.

- 3) Какое положение НЕ относится к стратегии сдерживания (*deterrence*) в цифровой дипломатии?
 - A. Сдерживание враждебной информации в социальных сетях;
 - B. Поиск и демонстрация источников пропаганды;
 - C. Создание новых источников информации в социальных сетях;
 - D. Проведение традиционных переговоров.

- 4) Какое из следующих положений НЕ относится к цифровой дипломатии президента США Д. Трампа?
 - A. Критика политиков и либеральных СМИ;
 - B. Информирование пользователей о своих решениях;
 - C. Эмоциональность постов и твитов;
 - D. Продвижение международных соглашений по защите окружающей среды.

- 5) Что такое стрессоустойчивость (*resilience*) в цифровой дипломатии?
- A. Развитие технических навыков среди лидеров гражданского общества, журналистов и влиятельных блогеров для противостояния дезинформации;
 - B. Поиск источников пропаганды;
 - C. Создание новых источников информации;
 - D. Анализ пропаганды в социальных сетях.
- 6) Дайте определение дипломатии данных (*data diplomacy*):
- A. Влияние на целевую аудиторию при помощи больших данных, включая анализ социальных сетей;
 - B. Мониторинг социальных сетей;
 - C. Создание компьютерных программ для преодоления интернет-цензуры;
 - D. Создание новых социальных платформ.
- 7) Назовите одну из важнейших составных частей создания цифровой информационной стратегии.
- A. Развитие цифровых каналов международного вещания;
 - B. Использование больших данных для анализа политических предпочтений целевой аудитории;
 - C. Использование традиционных дипломатических переговоров;
 - D. Расширение числа пользователей социальных сетей.
- 8) Прочитайте отрывок статьи и определите основные функции проекта цифровой дипломатии США — *TechCamps*:
- A. Проведение переговоров между дипломатами;
 - B. Обучение лидеров неправительственных организаций новым технологиям;
 - C. Проведение семинаров по дистанционному обучению;
 - D. Проведение политических дебатов.

Отрывок из статьи: *Tsvetkova N., et al. Sprawling in Cyberspace: Barack Obama's Legacy in Public Diplomacy and Strategic Communication // Journal of Political Marketing, 2020. No 1. P. 5–20:*

“...Among digital diplomacy projects, TechCamp and Civil Society 2.0 were perhaps the most effective. Involving liberal activists and the staff of companies such as Google, Facebook, and Twitter, the offline communication projects underscored the political substance of digital diplomacy, namely with sessions in which activists, bloggers, and leaders were invited to listen to US tech specialists in anticensorship, messaging, and shadow Internet. Unsurprisingly, emails declassified by WikiLeaks include letters bearing witness to Clinton’s keen interest in the projects. Alec Ross’s description of a meeting arranged in Kiev in 2012, for instance, illustrates the goals of such tech seminars, in which various US companies were invited to share knowledge with more than 100 activists from other cities in Ukraine and neighboring Belarus:

[T]he State Department paired leaders in the technology community with civil society organizations to provide training, resources and assistance to enable these organizations to harness the latest technologies in order to build their capacity and advance their missions. Technology experts from companies such as Frontline SMS, Ushahidi, Facebook, and the BBC were joined by Ukrainian and Belarusian technology trainers and offered interactive small-group. (Department of State 2012)

By extension, Ross informed Secretary Clinton about the skills developed during the seminar: “Civil society leaders received hands-on training in diverse areas including using Facebook for social media engagement, increasing outreach through online collaborative learning, filming low-cost video for outreach and engagement, creating effective websites for NGOs, [and] making use of mapping data to advocate for change.” (Department of State 2012). Clinton even asked assistants to print the letter for her further review.

Without a doubt, during 2010–2011 the United States had no rivals in disseminating its messages online. Since the information activity of Russia, China, Iran, and nongovernmental entities on social media was only emerging, the US message, its accounts, and its consequent offline work with liberal opposition from different countries faced no counteraction to the development of protest movements around the world...”

- 9) Прочитайте фрагмент из книги и дайте ответ на вопрос: что такое фильтрация пользователей в социальных сетях (social media reconnaissance)?
- A. Создание и продвижение полярных постов и пабликов в социальных сетях;
 - B. Продвижение позитивного имиджа страны;
 - C. Использование хэштега для продвижения определенной темы в социальных сетях;
 - D. Фильтрация пользователей социальными сетями по политическим позициям.

Отрывок из книги: *Tsvetkova N. Russian Digital Diplomacy: A Rising Cyber Soft Power? // Russia's Public Diplomacy: Evolution and Practice. Velikaya A., Simons G. (Eds.). L., N. Y.: Palgrave Macmillan, 2019. P. 103–117:*

“...Promoting and advertising a hashtag is another effective tool in intensifying divisive issues. Promoting and advertising a hashtag, which can expose numerous details about a problem, has become one of the well-known approaches to digital diplomacy since the Arab Spring of 2010–2011. During that period, hashtags were successfully applied by activists to mobilize people for street demonstrations. Hashtags played a role in protest movements in Russia in 2011 and 2012, and today this element of social media is used by any entity that develops digital campaigns. For example, the tweets of RT and other agencies of Russian digital diplomacy frequently shared hashtags posted about WikiLeaks, and vice-versa. The #podestaemails hashtag campaign proposed a long read about the details of the presidential campaign of former Secretary of State Hilary Clinton, contributing to some extent to a negative image of this candidate. Later, it became clear that the administration of Twitter made a decision to deter the expansion of the hashtag in summer 2017 (U.S. Senate Committee on the Judiciary, 2017).

The engagement with target audiences through social media cannot be effective without clear understanding of the aspirations, interests, and intentions of the target audience itself. Nowadays, digital diplomacy creates effective approaches to deal with the targets. *Social media reconnaissance* has become the preferred tactic for infiltrating and influencing a like-minded audience. In previous years, social media platforms provided open and

robust data on people, which led to selecting key influencers on social media. Facebook offered available insights into key targets' political preferences (U.S. Senate Committee on the Judiciary, 2017). Up to 2018, social media provided a unique chance to quickly and effectively mobilize active users and the ordinary public in different countries. This effective mobilization is not centered on vague ideas, as earlier, when Russia disseminated ambiguous messages about its positive image; rather, it is centered on specific problems identified by short and attractive hashtags, sent to the infiltrated target audiences. Here, bots — machine-driven communication tools — disseminate a view to the targets. Bots, not traditional international broadcasting, promote and share the stories with many thousands of users; bots can compose thousands of tweets with false and true information, accompanied by a set of hashtags; and bots can put a hashtag on Twitter's trending list, leading to a story being picked up by genuine supporters and thus further finding its way. The main effect of the bots is that they can broadcast hashtags and topics that advance a country's narratives, directly into the feeds of social networks...”

10) Прочитайте отрывок из статьи и определите основной проект цифровой дипломатии США в Евразии начиная с 2014–2015 гг.:

- A. Цифровой канал *Current Time*;
- B. Телеканал PressTV;
- C. Телеканал «Мир»;
- D. Телеканал DW.

Отрывок из статьи: *Tsvetkova N. Dealing with a Resurgent Russia: Engagement and Deterrence in US International Broadcasting, 2013–2019 // Vestnik of St. Petersburg State University. International Relations. Vol. 4. 2019. P. 435–499:*

“...Consequently, the US international broadcasting has significantly improved its popularity in the post-Soviet Union space including Russia. We have mentioned above that in 2013, only about 0.1–0.3 percent of Russia's population listened to or watched American broadcasting channels weekly. In 2017, the measured weekly audience of RFE/RL's Russian-language content and *Current Time* reached 6.4 percent of Russians or nearly 6.6 million

people [1]. All the USAGM content on TV, radio and online including mainly *Current Time*, RFE/RL, and VOA was consumed by 7.7 percent of adults each week, or 7.9 million people [29], [5]. If we compare the current percent with the audience percent in the Soviet Union under conditions of heavy jamming, than contemporary figures cannot be depicted as a success of the US public diplomacy. The RFE/RL and VOA reached around 10 percent of audience in the Soviet Union. Some more optimistic sources state about 30-40 percent of audience during the Cold War [30]. Current Time's news reporting in social networks attract audiences aged 15-24. The channel engaged savvy, younger audiences on social, economic and political issues that state media ignores [17]. The primary target audience is so called Generation Z that is digital young generation who have largely experienced political life under Russia's current political system...”

Правильные ответы: 1B; 2B; 3B; 4D; 5D; 6A; 7A; 8B; 9B; 10D; 11A.

Т е м ы

д л я с е м и н а р с к и х з а н я т и й

Дискурс «публичной дипломатии»: от понятия «политика США в области культуры» к понятию «стратегическая коммуникация».

Современные исследования в области публичной дипломатии США: основные направления и спорные вопросы.

Документальная база публичной дипломатии: документы правительства США и основных ведомств, вовлеченных в реализацию программ публичной дипломатии США.

Современные концепции публичной дипломатии США: политология, международные отношения, история, культурология, социология, маркетинг и др.

Основные ведомства публичной дипломатии США: история и современность.

Агентство международного развития США: функции, цели и основные проекты в 2000-е гг.

Отделы Госдепартамента США в области публичной дипломатии: функции и программы.

Министерство обороны США: информационные программы и International Military Education and Training Program.

Проекты публичной дипломатии США в период «холодной войны»: противостояние с СССР.

Демократизация России посредством программ публичной дипломатии США в 1990-е и 2000-е гг.: удачи и провалы Вашингтона.

Публичная дипломатия США и России на современном этапе: традиционные проекты и «цифровая дипломатия».

Публичная дипломатия в политических процессах на постсоветском пространстве в середине 1990-х и в 2000-х гг.: инструмент «цветных революций»? Украина и Грузия.

Противостояние США и Ирана: проекты публичной дипломатии двух стран на современном этапе.

Противостояние США и Китая: проекты публичной дипломатии двух стран на современном этапе.

Информационные программы в публичной дипломатии США: традиционные проекты и интернет-дипломатия.

Университеты в публичной дипломатии США: новые подходы к использованию зарубежных вузов в качестве политического инструмента.

American University abroad: продвижение модели американского образования и политических ценностей США в зарубежных странах.

Публичная дипломатия США в Афганистане и Пакистане: удачи и провалы Вашингтона.

«Цифровая дипломатия»: понятие, стратегия, ведомства и проектная деятельность США в социальных сетях.

Международное вещание США: Ближневосточная сеть, «Голос Америки» и Радио «Марти» — основные проблемы.

Поворот к пропаганде в публичной дипломатии США, 2014–2019 гг.

«Русский мир» в публичной дипломатии США: пропаганда и поддержка диссидентов.

Направления деятельности международного вещания США на современном этапе.

Sharp power и обвинения США во вмешательстве России в выборы.

Дипломатия данных США в Европе: информационное сдерживание России.

Рекомендуемая литература

1. Сытник А. Н., Цветкова Н. А., Цветков И. А. Цифровая дипломатия США в зеркале больших данных: уроки венесуэльского кризиса 2018–2019 // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 4: История. Регионоведение. Международные отношения. 2022. Т. 27. № 2. С. 192–203.
2. Цветкова Н. А. Программы Web 2.0. в публичной дипломатии США // США и Канада: экономика, политика, культура. 2011. № 3. С. 109–122.
3. Цветкова Н. А. Публичная дипломатия США и революции в арабском мире // Мир и политика. 2011. № 4. С. 45–53.
4. Цветкова Н. А. «Русский мир» в публичной дипломатии США: направления на 2015-2018 гг. // США и Канада: экономика, политика, культура. 2016. № 8 (560). С. 59–72.
5. Цветкова Н. А. Американский университет за рубежом: практика создания и развития // США и Канада: экономика, политика, культура. 2013. № 11 (527). С. 87–97.
6. Цветкова Н. А. Информационная война талибов: Вашингтон в обороне. Часть 1. // Азия и Африка сегодня. 2013. № 1. С. 10–16.
7. Цветкова Н. А. Информационная война талибов: Вашингтон в обороне. Часть 2. // Азия и Африка сегодня. 2013. № 2. С. 23–26.
8. Цветкова Н. А. Информационное противостояние между США и ИГИЛ в социальных сетях: кто побеждает? // Азия и Африка сегодня. 2017. № 2. С. 2–7.
9. Цветкова Н. А. Образовательная политика США в странах Ближнего Востока, 2001–2007 гг. // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 6. Политология. Международные отношения. 2009. № 1. С. 128–141.

10. *Цветкова Н. А.* Публичная дипломатия США в России: от «демократизации» к развитию «социального активизма» // США-Канада: экономика, политика, культура. 2012. № 10. С. 37–46.
11. *Цветкова Н. А.* Публичная дипломатия США в эпоху цифровизации: новые методы исследования // Американский ежегодник. 2020. № 2020. С. 53–70.
12. *Цветкова Н. А.* Публичная дипломатия США: от «мягкой силы» к стратегической коммуникации // Международные процессы. 2015. Т. 13. № 3(42). С. 121–133.
13. *Цветкова Н. А.* Публичная дипломатия США: теории и концепции // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. 2015. № 4-1 (54). С. 186–189.
14. *Цветкова Н. А.* Феномен цифровой дипломатии в международных отношениях и методология его изучения // Вестник РГГУ. Серия .Политология. История. Международные отношения. 2020. № 2. С. 37–47.
15. *Цветкова Н. А.* Cultural Imperialism: международная образовательная политика США в годы «холодной войны». СПб.: СПбГУ, 2007. Глава 1.
16. *Цветкова Н. А., Кубышкин А. И.* Публичная дипломатия США. Учебное пособие. М.: Аспект-Пресс, 2013. Глава 1 и 4.
17. *Цветкова Н. А., Кузнецов Н. М.* Феномен дипломатии больших данных в мировой политике // Вестник РГГУ. Серия: Политология. История. Международные отношения. 2020. № 4-1. С. 27–44.
18. *Цветкова Н. А., Сытник А. Н.* Публичная дипломатия в Афганистане, 2002–2018 гг.: влияние США на социальные сети, политическую систему и университеты // Вестник Санкт-Петербургского университета. Политология. Международные отношения. 2018. Т. 11. № 4. С. 344–361.
19. *Цветкова Н. А., Фёдорова И. В.* Дипломатия данных США: цели, механизм, содержание // США и Канада: экономика, политика, культура. 2021. Т. 51. № 1. С. 104–116.
20. *Цветкова Н. А., Ярыгин Г. О.* Политизация «цифровой дипломатии»: публичная дипломатия германии, Ирана, США и России в социальных сетях // Вестник Санкт-Петербургского уни-

- верситета. Серия 6. Политология. Международные отношения. 2013. № 1. С. 119–124.
21. *Цветкова Н. А., Ярыгин Г. О.* Публичная дипломатия ведущих государств: традиционные и цифровые методы. СПб.: Северная Нива, 2014.
 22. *Цветкова Н. А., Ярыгин Г. О.* Публичная дипломатия США: механизм управления и финансирования // Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия: Экономика. 2015. № 1 (39). С. 28–35.
 23. *Цветкова Н. А., Ярыгин Г. О.* Участие публичной дипломатии США в политической трансформации Украины, 1990-е — 2000-е годы // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 6. Политология. Международные отношения. 2015. № 4. С. 68–82.
 24. *Цветкова Н. А., Ярыгин Г. О., Антонова И. А.* К вопросу о создании программ международного развития в публичной дипломатии России: деятельность US AID в зарубежных странах // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 6. Политология. Международные отношения. 2014. № 1. С. 154–163.
 25. *Clinton H.* Hard choices. New York: Simon & Schuster, 2014.
 26. *Cowan G., Arsenault A.* Moving from Monologue to Dialogue to Collaboration: The Three Layers of Public Diplomacy // The Annals of the American Academy of Political and Social Science, Vol. 616, 2008. P. 10–30.
 27. *Cull N. J.* Public Diplomacy before Gullion: The Evolution of a Phrase // Routledge Handbook of Public Diplomacy. Snow N., Taylor Ph. (Eds.). L.; N.Y.: Routledge, 2009. P. 19–23.
 28. *Cull N. J.* The Long Road to Public Diplomacy 2.0: The Internet in US Public Diplomacy // International Studies Review. 2013. Vol. 15 (1). P. 123–139.
 29. *Ernest J. W. III.* Hard Power, Soft Power, Smart Power // Annals of the American Academy of Political and Social Science. 2008. Vol. 616. P. 110–124.
 30. *Finkel S.* The Effects of U.S. Foreign Assistance on Democracy Building, 1990–2003 // World Politics. 2007. No. 59 P. 404–440.
 31. *Gilboa E.* Searching for a Theory of Public Diplomacy // The Annals of the American Academy of Political and Social Science. 2008. Vol. 616. P. 55–77.

32. *Gregory B.* Public Diplomacy: Sunrise of an Academic Field // *Annals of the American Academy of Political and Social Science*. 2008. Vol. 616. P. 274–290.
33. *Hayden C.* Beyond the “Obama Effect”: Refining the Instruments of Engagement Through U.S. Public Diplomacy. *American // Behavioral Scientist*. 2011. Vol. 55. No 6. P. 784–802.
34. *Nye J.* Public Diplomacy and Soft Power // *Annals of the American Academy of Political and Social Science*. 2008. Vol. 616. P. 94–109.
35. *Plaisance P.* The Propaganda War on Terrorism: An Analysis of the United States’ “Shared Values” Public-Diplomacy Campaign After September 11, 2001 // *Journal of Mass Media Ethics*. 2005. Vol. 20. No 4. P. 250–268.
36. *Powers S., El-Gody A.* The Lessons of Al Hurra Television // *Toward a New Public Diplomacy: Redirecting U.S. Foreign Policy*. Seib P. (ed.). N.Y.: Palgrave Macmillan, 2009. P. 49–66.
37. *Snider E. A., Faris D. M.* The Arab Spring: U.S. Democracy Promotion in Egypt // *Middle East Policy*. 2011. Vol. XVIII, No 3. P. 49–62.
38. *Tsvetkova N.* Americanisation, sovietisation, and resistance at Kabul University: limits of the educational reforms // *History of Education*. May 2017. 46 (3). P. 343–365.
39. *Tsvetkova N.* Dealing with a Resurgent Russia: Engagement and Deterrence in US International Broadcasting, 2013–2019 // *Vestnik of St. Petersburg State University. International Relations*. 2020. V. 12. № 4. P. 435–449.
40. *Tsvetkova N.* Failure of American and Soviet Cultural Imperialism in German Universities, 1945–1990. Leiden, Netherlands: Brill, 2013. Chapter 1.
41. *Tsvetkova N.* Cold War in Universities: U.S. and Soviet Cultural Diplomacy. Leiden, Netherlands: Brill, 2021.
42. *Tsvetkova N.* International Education During the Cold War: Soviet Social Transformations and American Social reproduction // *Comparative Education Review*. 2008. No 2. Vol. 52. P. 1991–217.
43. *Tsvetkova N.* Making a New and Pliable Professor: American and Soviet Transformations in German Universities, 1945–1990 // *Minerva*. 2014. T. 52. № 2. P. 161–185.

44. *Tsvetkova N.* Russian Digital Diplomacy: A Rising Cyber Soft Power? // *Russia's Public Diplomacy: Evolution and Practice.* Velikaya A., Simons G. (Eds.). L., N. Y.: Palgrave Macmillan, 2019. P. 103–117.
45. *Tsvetkova N.* Soft Power and Public Diplomacy // *Russia and the World: Understanding International Relations.* Tsvetkova N. (Ed.). N. Y.: Roman & Littlefield, 2017. P. 231–251.
46. *Tsvetkova N., Sytnik A., Grishanina T.* Digital International Relations: Uncertainty, Fragmentation, and Political Framing // *The Routledge Handbook of Russian International Relations Studies.* Lagutina M., Tsvetkova N., Sergunin A. (Eds.). N. Y., L.: Routledge, 2023. P. 381–395.
47. *Tsvetkova N., Yarygin G.* Dealing with Difference: Studies on Soft Power in Russian and Global International Relations // *The Routledge Handbook of Russian International Relations Studies.* Lagutina M., Tsvetkova N., Sergunin A. (Eds.). N. Y., L.: Routledge, 2023. P. 368–380.

Сведения об авторе:

Цветкова Наталья Александровна — профессор, завкафедрой американских исследований, Санкт-Петербургский государственный университет.

Учебное издание

Цветкова Наталья Александровна

Публичная дипломатия и дипломатия данных США

Учебно-методическое пособие

Подписано к публикации 22.02.2023.

Формат 60×90/16. Усл. печ. л. 4,88.

Заказ 14375.