

Цифровая дипломатия и *digital international relations*: ВЫЗОВЫ И НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ

Н. А. Цветкова¹, А. Н. Сытник¹, Т. А. Гришанина²

¹ Санкт-Петербургский государственный университет,
Российская Федерация, 199034, Санкт-Петербург, Университетская наб., 7–9

² БГТУ «ВОЕНМЕХ» им. Д. Ф. Устинова,
Российская Федерация, 190005, Санкт-Петербург, 1-я Красноармейская ул., 1

Для цитирования: Цветкова Н. А., Сытник А. Н., Гришанина Т. А. Цифровая дипломатия и *digital international relations*: вызовы и новые возможности // Вестник Санкт-Петербургского университета. Международные отношения. 2022. Т. 15. Вып. 2. С. 174–196.

<https://doi.org/10.21638/spbu06.2022.204>

Статья вводит в научный оборот понятия и классификацию основных кластеров цифровых международных отношений (*digital international relations*), включая дипломатию данных / цифровую дипломатию, кибербезопасность и кибердипломатию; глобальное управление интернетом и, наконец, цифровые избирательные технологии. Все эти элементы оказались под давлением процессов датафикации (*datalization*) — появления разнообразия акторов в интернете и распространения аналитики больших данных, которая используется в политических целях и формирует комплекс новых проблем в отношениях между странами. Авторы обращаются к анализу только одного из элементов цифровых международных отношений — цифровой дипломатии ведущих государств, поскольку именно эта часть цифрового пространства уже имеет видимые элементы, структурные связи и эволюционный путь развития начиная с 2010-х гг. Авторы выделяют три новых вызова, созданные процессом датафикации международных отношений: цифровая неопределенность, фрагментация цифровой реальности и проблемы так называемого фрейминга для решения задач внешней политики. На основе данных социальных сетей авторы тестируют эти новые вызовы, используя в качестве примера цифровую дипломатию США, России и Китая в трех странах — Афганистане, Сирии и Иране. Авторы приходят к выводу, что датафикация может снижать эффективность цифровой дипломатии государств из-за активности индивидуальных пользователей, СМИ и т. п. Однако умелое использование датафикации позволяет государственной цифровой дипломатии активно продвигать собственные интересы и идеологию на мировой арене при помощи создания фрейма в цифровом пространстве. Исходя из полученных эмпирических данных можно заключить, что современная стадия цифровизации международных отношений подводит государства к необходимости создания обязывающих соглашений для проведения красных линий или, наоборот, для поддержания открытого цифрового пространства, что в любом случае сформирует баланс сил в киберпространстве.

Ключевые слова: цифровая дипломатия, цифровые международные отношения, США, Россия, Китай, большие данные.

Введение

К 2025 г. отдельно взятый человек будет взаимодействовать с цифровым миром около пяти тысяч раз в день, обращаясь к сети интернет, обрабатывая электронные документы, получая медицинские и финансовые услуги, а также пользуясь цифро-

вым телевидением и мобильными приложениями. Сегодня число этих обращений составляет в среднем 200 раз в день, и подобный скачок взаимодействия человека и киберпространства говорит о новой надвигающейся волне трансформации общества, рынков, а также о необратимой смене позиций государств на карте мировой политики. Важным является то, что 20 % цифровых данных в виде нашей работы в интернете, обработки документов или получения знаний будут иметь решающее значение для жизни, а 10 % из них будут сверхкритическими (т. е. данными, имеющими влияние на здоровье и безопасность пользователей и государств) [1]. Если по каким-то причинам такие данные становятся недоступными (например, они украдены или неправомерно раскрыты), то последствия возможных цифровых проблем мгновенно перекидываются на реальный мир. Более того, большая часть взаимодействий между человеком и киберпространством, в котором уже находится значимая часть инфраструктуры земного шара, регулируется интеллектуальными помощниками, искусственным интеллектом, что также трансформирует человека, общество и, соответственно, взаимодействие между акторами традиционной мировой системы. И если в 2010-е гг. ученые ставили вопросы только об одном типе взаимодействия между человеком и киберпространством — по линии социальных сетей и общения между пользователями, то сегодня ставится вопрос о воздействии цифровых следов и данных на человека, политику, международные отношения в целом [2].

Международные отношения как система, включающая разнообразные элементы, отношения, дипломатию и прочее, все больше становится цифровой. Сегодня уже сформированы новые кластеры в системе, такие как: цифровая дипломатия / дипломатия данных, кибербезопасность и кибердипломатия; глобальное управление интернетом и цифровые избирательные технологии. Современные международные отношения перешли в эпоху, когда взаимодействие между странами, прокси-группами или пользователями в киберпространстве необходимо регулировать цифровыми правилами либо в духе Ялтинско-Потсдамских соглашений и проведения красных линий в интернете, либо в стиле пунктов В. Вильсона об открытой дипломатии и, говоря современным языком, дипломатии и политики в прямом эфире. Сформировалась та цифровая реальность, в которой большие данные и умелая аналитика «цифровых следов» оказывают влияние не только на пользователей социальных сетей — основных потребителей синтетической информации, делая их заложниками эхо-камер, пузырей фильтров и фрагментированной политики, но и на основных акторов традиционной системы международных отношений — государства, размывая силу и влияние на ход мировой политики. Разделяемый все больше на национальные кластеры интернет, концентрация идеологий и 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 сообщество 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 проч., причем с разными оценочными суждениями.

На все эти точки формирования цифровых международных отношений оказывает влияние явление датафикации, или *datalization*, вызывающее бурный рост цифровых следов в интернете и массовое неконтролируемое использование аналитики больших данных в политических целях. Это формирует новые особенности функционирования дипломатии и внешней политики, а именно: цифровую неопределенность, фрагментированную политическую реальность, а также противостояние так называемых фреймов. Наверное, самыми массовыми и понятными следами датафикации являются деятельность журналистов по расследованию коррупционных схем или информационные кампании, направленные на дискредитацию политических лидеров в социальных сетях, а также освещение журналистами таких кризисов, как сирийский или украинский. Еще одно следствие датафикации — это феномен политического цифрового вмешательства в избирательные кампании [3]. Подобные акции основаны на аналитике данных, полученных из социальных сетей при помощи компьютерных программ или украденных при осуществлении кибератак. Отсутствие глобальных норм и договоренностей между акторами международной системы в использовании или рассекречивании цифровых следов создает новые повороты в деле использования информации в политических целях, включая напряжение отношений, отставки правительств и дестабилизацию социальной жизни. Такие события, как стратегия администрации Twitter по закрытию учетных записей (аккаунтов) отдельных политиков или российские инициативы о суверенизации интернета также относятся к последствиям датафикации в международных отношениях, эти процессы не могут быть остановлены, а их последствия необратимы.

Цифровая дипломатия в ее классическом понимании [4; 5] является основным объектом датафикации и меняющейся системы международных отношений. Именно в цифровой дипломатии работает аналитика больших данных на всех уровнях, включая международные организации, МИДы, цифровые платформы международного вещания СМИ и участников публичной дипломатии, что превращает цифровую дипломатию в дипломатию данных. Поэтому в данной статье будет проанализирован только один элемент цифровых международных отношений, а именно цифровая дипломатия, и цель данного исследования — выявить возможности и сложности работы государственной цифровой дипломатии в условиях фрагментации цифрового пространства, многообразия акторов, месседжей и информационных провокаций.

На основе анализа данных о работе цифровой дипломатии ведущих государств, таких как США, Россия, Китай, в социальных сетях в Афганистане, Сирии и Иране будет показано, как датафикация и сопутствующие ей вызовы оказывают влияние на развитие цифровой дипломатии. Методами данного исследования выступает анализ социальных сетей при помощи компьютерного оборудования для сбора данных и осуществление хештег- и семантического анализа. В эмпирической части статьи для каждого кейса будут подробно изложены методы анализа больших данных.

В первой части статьи будут выявлены особенности современного состояния цифровой дипломатии и показаны самые последние и релевантные исследования,

которые определяют теоретический и прикладной характер существующих трендов в цифровой дипломатии и — шире — в цифровых международных отношениях. Во второй части будет представлен анализ трех кейсов, а именно анализ работы цифровой дипломатии США, России и Китая в Афганистане, Сирии и Иране в периоды наибольшей цифровой активности указанных субъектов в силу поставленных внешнеполитических задач. Именно здесь будет использован анализ больших данных, чтобы показать провалы и успехи цифровой дипломатии. В заключении будет предложено обсуждение результатов в теоретическом и прикладном аспектах.

Цифровая дипломатия в условиях датафикации: новые проблемы

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. Этот инструмент активно применяется в арсенале внешней политики разных стран, включая США, Россию, страны Европы, Китай, Иран и др.

Если цифровая дипломатия 2010-х гг. являлась линейным распространением информации в социальных сетях и частью публичной дипломатии, то дипломатия данных 2020-х гг. — это использование алгоритмов для фильтрации аудитории, построения информационных кампаний и поиска источников недружественной информации. В 2010-е гг. линейная цифровая дипломатия министерств иностранных дел была основным субъектом цифровизации, а дипломаты пытались оказывать влияние на всю аудиторию социальных сетей и стран, информируя о событиях. Научная мысль в те годы фокусировалась на процессе цифровизации внешнеполитического механизма, изучался вопрос о том, как сформировать нужную информационную повестку и вовлечь в нее зарубежную целевую аудиторию, а общий тезис исследований провозглашал, что цифровая дипломатия государств может быть эффективной, нейтрализуя цифровые акции радикальных групп или групп оппозиции. Популярным направлением в изучении темы были вопросы о твиттер-революциях, кибер-активизме и проч., которые связывались с развитием цифровой среды, но главными мишенями для изучения все же были государства, которые первыми создали ведомства цифровой дипломатии, включая США, Россию, страны Европы, Китай, Иран и др. [6–11].

Ближе к 2015–2017 гг., когда появилось огромное число акторов в социальных сетях и инструментов для продвижения информации, цифровая дипломатия стала базироваться на фундаменте создания сетей влиятельных лиц (инфлюэнсеров), которые могут воздействовать на своих подписчиков, что представлялось более эффективным инструментом для продвижения позиции государства и борьбы с конкурентами, чем линейное распространение информации [12]. Во внешнюю политику пришла идея об алгоритмах для использования фильтрации пользователей и таргетированного распространения определенной информации. Стали появляться проекты по нейтрализации пропаганды экстремистов и проекты по влиянию на малые кластеры и группы в интернете. В научной литературе много внимания уделялось разработке вопросов о том, как особые подходы, включая, например, использование визуальных образов, ностальгии или сарказма, могут при-

меняться в ежедневной цифровой практике официальных аккаунтов для дискредитации оппонентов или привлечения внимания аудитории к своей точке зрения [13–15]. К таким исследованиям относится и анализ информационного противостояния между цифровой дипломатией США и экстремистской активностью в социальных сетях [11].

Однако и этот этап в развитии цифровой дипломатии был сметен в 2018–2022 гг. датафикацией, а точнее, бурным и неконтролируемым доступом самых разных акторов к технологиям искусственного интеллекта для оказания быстрого влияния на целевую аудиторию при помощи эффективных информационных кампаний, осуществления фильтрации, создания синтетических СМИ и дип-фейков. Цифровым дипломатам стало ясно, что без применения аналитики больших данных уже невозможно выстроить цифровую информационную кампанию или оказать влияние на целевые аудитории. Постоянный рост числа участников, распространение кибертак, расширение информационных кампаний, твиттер-протестов привели к появлению запутанности (entanglement), о которой упоминали А. Вендт и Дж. Дер Дериан [16]. Концепция квантовой дипломатии (quantum diplomacy) Дер Дериана стала все чаще использоваться для трактовки современного состояния цифровых международных отношений — кажущиеся несвязанными события переплетаются между реальностью и цифровой репрезентацией политики, а дипломатия вынуждена реагировать на все информационные вызовы в условиях неопределенности и постоянных информационных флешмобов против лидеров государств или государств в целом.

Указанная трансформация цифровой дипломатии 2010–2020-х годах позволяет понять современный вектор развития цифровых международных отношений, включая теоретические вопросы силы, влияния и изменения баланса сил [17–22]. *Цифровая сила*, определяемая нами как новые возможности для государства приводить в движение общество, влиять на политические шаги других государств при помощи цифровых технологий и т. п., меняет традиционное место государств на карте мировой политики [23]. Активность Ирана, России, Бразилии или Китая в области цифровой дипломатии, или кибердипломатии, размывает структуру системы международных отношений, а также региональные балансы сил. Именно ответной реакцией на становление России и Китая как новых киберимперий стало предложение США о создании нового альянса государств, придерживающихся определенных ценностей и правил поведения в интернете, прозвучавшее в ноябре 2021 г. И если данный альянс, в который не приглашены ни Россия, ни Китай, пока еще обсуждается, то финансирование создания цифровых информационных стен против России и Китая уже активно работает во внешнеполитическом механизме с 2018 г. [24]. Например, в последнем законопроекте о финансировании внешнеполитических ведомств США прописаны элементы цифрового сдерживания в рамках развития новых проектов против информации, идущей из России и Китая, а также создание *кибердипломатии*, которая продвигает американскую повестку по формированию норм поведения в интернете.

Именно по линии контроля за «территориями» в сети пролегает новое противостояние государств, которое измеряется цифровыми ресурсами и цифровой силой. Эти шаги приведут в скором времени к разделу интернет-пространства и формированию нового этапа развития международных отношений и внешней

политики в условиях *сплинтернета*, или разделенного интернета (splinternet). Такой возможный раздел подразумевает появление еще большей фрагментированности систем и акторов в сети, противостояние политических реальностей, как это, например, происходит вокруг проблемы Украины, когда нечто объявляется американскими медиа свершившимся фактом, не являясь при этом реальностью. В подобных кризисных ситуациях на первый план выступает цифровая дипломатия или дипломатия данных, которые призваны опережать события или реагировать на них, представлять свою трактовку и моментально оказывать влияние на отдельные кластеры пользователей и их инфлюэнсеров в сети, что невозможно сделать без применения алгоритмов, кодов и программистов. Датафикация выдвинула перед цифровой дипломатией несколько важных вызовов, а именно: цифровая неопределенность, фрагментированная реальность и, как следствие, проблема создания информационного фрейма.

Цифровая неопределенность подразумевает, что любая информация, появившаяся в социальных сетях, способна изменить поведение отдельных социальных групп или внешнеполитическую деятельность государства. Работа официальных каналов цифровой дипломатии может быть подорвана более эффективной информационной кампанией негосударственных акторов, включая блогеров, журналистов, кибер-диссидентов и проч. Цифровизация раздробила международные отношения и информацию о происходящих событиях на миллионы конкурирующих трактовок, интерпретаций, причем в повествовательном и визуальном формате. Стейкхолдеры (владельцы) созданных политических реальностей и информации в интернете оказывают влияние на восприятие мировой политики миллионами пассивных фолловеров [25]. Такая *фрагментированная цифровая реальность* позволяет цифровой дипломатии формировать разные политические реальности в социальных сетях и сдерживать информационные кампании других государств или неправительственных акторов, продвигая собственную повестку, легитимируя собственные действия и делегитимируя действия противников. Примером может выступать работа различных виртуальных групп во время избирательной кампании в США в 2016 г. или цифровая тактика оппозиционных групп в Белоруссии или Судане в рамках мобилизации пользователей вокруг эмоциональных хэштегов [26; 27]. Наличие макро- и микрокластеров в социальных сетях может ограничивать и расширять действия и усилия государственной цифровой дипломатии. Некоторые государства и дипломаты воспользовались этой новой раздробленной реальностью для решения своих внешнеполитических задач. Очень часто зарубежные исследователи к таким государствам причисляют Российскую Федерацию [25]. В итоге современные международные отношения — это уже не противостояние различных ценностей, политических систем или экономик, а противостояние различных реальностей, которые из цифрового пространства попадают в традиционные каналы информационных потоков и оказывают влияние на политическую стабильность в различных странах.

Цифровая неопределенность и фрагментация требуют проведения наступательной цифровой дипломатии. Спонсируемые государством платформы международного вещания или цифровой дипломатии работают в условиях неожиданной и непредсказуемой конкуренции с блогерами, СМИ, которые в любой момент могут подорвать все усилия государственной информационной машины. Линейная дипло-

матия не работает, поскольку государственные каналы могут проигрывать информации, идущей от частных блогеров или СМИ. Хорошим примером выступает, например, ситуация в Венесуэле в 2019 г., когда каналы госдепартамента международного вещания США в сети интернет, которые всегда были популярны в данной стране, потеряли свою привлекательность и аудиторию из-за резкого роста числа и популярности венесуэльских блогеров, СМИ и цифровой активности населения [20].

Выживаемость официальной цифровой дипломатии в эпоху датафикации зависит от понимания практиками такого понятия, как *фрейминг*, что подразумевает использование эмоций, тональности и различных практик для продвижения нужного нарратива или информации. Официальные каналы государств осуществляют так называемое фреймирование событий в реальном времени для разных групп целевой аудитории, чтобы конкурировать с информацией, распространяемой СМИ, журналистами и другими акторами противоположной стороны [28; 29]. Понимание этого процесса создает новую основу для осуществления эффективной цифровой дипломатии. Наш анализ, который будет предложен ниже, полностью подтверждает, что умелое использование ключевых слов и тональности постов способствует продвижению массива сообщений через массу разрозненных пабликов, эхо-камер, пузырей фильтров, которые вместе и составляют фрагментированную цифровую реальность.

Очевидно, что только аналитики данных способны выстроить необходимые информационные кампании или изучить деятельность оппонентов. Большие данные подразумевают получение набора данных и их анализ машинным способом. К малым данным относятся ограниченное число постов или твитов, полученных из социальных сетей ручным или машинным способом [17]. 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. Однако многие исследования показывают, что интерпретацию полученных показателей необходимо осуществлять с учетом специфики политического и социокультурного контекста, в котором происходят действия пользователей [30].

К самым распространенным методам анализа можно отнести следующие: анализ хештега (*hashtag tracking*), сетевой анализ (*network analysis*), сентимент-анализ (*sentiment analysis*) и тематическое моделирование (*topic modeling*). Метод анализа хештега 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 взаимосвязи между ключевыми блогерами и каналами международного вещания, которые создают информационный дискурс, информационный шум и контекст вокруг определенной проблемы. Сентимент-анализ, или анализ тональности текста, оценивает реакцию пользователей на предлагаемые темы или информационные кампании, что способствует выявлению идентификации пользователей и их политической позиции [17; 20]. Тогда как сентимент-анализ осуществляется для определения настроения каждого поста, тематическое моделирование выполняется для определения тем, представленных в наборе данных. Иными словами, тематическое моделирование — это метод построения модели коллекции текстов (постов или твитов), который определяет, к каким темам относится каждое из онлайн-выска-

званий. 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).

Пониманию новых вызов и возможностей для развития цифровой дипломатии в новых условиях, таких как цифровая неопределенность, раздробленность интернета и социальных сетей или давления разных фреймов, способствуют три предложенных кейса. Они же доказывают тезис о том, что датафикация оказывает влияние как на снижение эффективности государственной цифровой дипломатии, так и на появление новых возможностей при правильном использовании больших данных.

Цифровая дипломатия США, России и Китая и социальные сети Афганистана, Сирии, Ирана: анализ данных

Для анализа были выбраны три страны — Афганистан, Сирия и Иран, — которые втянуты в международные кризисы, в которых доступна социальная сеть Twitter, используемая как платформа для политических дискуссий и мобилизации, а цифровая дипломатия и каналы международного вещания различных государств, включая США, Россию и Китай и др., активно работают с пользователями в этих странах. Были проанализированы только официальные каналы цифровой дипломатии или цифровые медийные платформы, созданные правительствами США, России и Китая.

Чтобы понять, как сталкивается цифровая дипломатия с феноменом датафикации, включая многообразие конкурирующих каналов, необходимо выявить место официальных каналов вещания США, России и Китая среди популярных участников дискуссий в Афганистане, Сирии и Иране. Были использованы данные разных временных периодов, включая данные по Афганистану в период с 2008 г. по конец 2018 г., по Сирии в период с 2010 г. по 2017 г., а по Ирану — за январь 2020 г. Именно в эти различные промежутки времени наблюдалась наибольшая активность цифровой дипломатии США, России и Китая в указанных странах, что было связано с решением политических задач. Если примеры Афганистана и Сирии выявляют стратегии долговременной цифровой дипломатии, то кейс по Ирану ответил на вопрос о возможностях государственной цифровой дипломатии продвигать нарратив, фрейм, идентичность в короткий временной промежуток, как это реализовали США после ликвидации иранского генерала в течение нескольких январских недель 2020 г.

Для понимания ситуация в Афганистане и Сирии был использован один из самых простых, но не теряющий своей эффективности анализ — анализ хештега. Анализ, как было указано, предполагает обработку всех твитов или постов с определенным хештегом. Используя машинный способ, мы получили все доступные твиты, содержащие определенный хештег на английском, арабском языках, а также дари, пушту и фарси, с веб-страницы расширенного поиска Twitter (Twitter Advanced Search). 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 правительственных аккаунтов разных стран, включая США, Россию, Китай, среди лидеров общественного мнения в изучаемых странах. Мы классифицировали популярность местных блогеров, различных радикальных организаций и пр. Особая роль была отведена географической локации блогеров, СМИ и прочих участников, что позволило нам ранжировать наиболее значимые каналы или твиты по их географической принадлежности и сделать вывод о влиянии местных или зарубежных блогеров или СМИ на пользователей в Афганистане и Сирии. Для анализа ситуации в Иране использовался анализ тональности постов и твитов, причем, в отличие от предыдущих кейсов, анализ был основан на ограниченном числе данных, обозначаемых как малые данные. Был осуществлен контент-анализ с учетом тона ключевых лексических единиц, о чем подробнее будет сказано ниже.

Результаты анализа дали ответ на более широкий вопрос дискуссии — оказывает ли влияние официальная цифровая дипломатия в виде деятельности официальных аккаунтов и каналов международного вещания на цифровое пространство или отдельные группы, блогеры и неофициальные каналы оказывают большее влияние и снижают эффективность распространения информационных постов официальных каналов.

Афганистан

Анализ больших данных был проведен в отношении различных стейкхолдеров в Афганистане. Хронологические рамки охватывают период с августа 2008 г. (появление первого твита по проблемам Афганистана) по август 2018 г. (резкое снижение популярности официальных каналов цифровой дипломатии зарубежных стран в Афганистане). Именно в 2008 г. стали появляться первые аккаунты в Афганистане и его проблемы стали обретать значимые хештеги, а официальные каналы МИД, международного вещания США, РФ, Китая, стран ЕС, Саудовской Аравии, Индии и др. стали приобретать влияние среди афганских пользователей. С середины 2018 г. наблюдается существенное падение популярности каналов цифровой дипломатии зарубежных стран в Афганистане и рост популярности местных групп и блогеров.

Были получены все доступные твиты (посты), содержащие хештег со словом «Афганистан» на английском и арабском языках, а также на пушту и дари, что составило около 3 млн твитов. Выбор именно этого хештега был обусловлен неформальным правилом использования хештега страны для донесения информации до целевой аудитории, и во всех твитах содержалась информация или обсуждение проблемы по Афганистану. Для поиска лидеров общественного мнения были выбраны 250 самых влиятельных каналов за каждый месяц периода 2008–2018 гг. *Влиятельность* постов, или их информационный охват, измеряется путем подсчета числа репостов (распространение информации пользователями), комментариев и построения кластеров 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, числом репостов [17].

Таблица 1. Наиболее влиятельные каналы цифрового пространства в Афганистане, апрель 2015

Место	Канал цифровой дипломатии	Число ретвитов
2	Shuja Rabbani (популярный афганский блогер)	852
65	Department of State	65
71	RT	60
74	U.S. Dept of Defense	59
80	NATO	56
98	StateDept Live	50
126	Sputnik	42
147	TOLONews	38
191	China Xinhua News	32
207	PressTV	32
228	The Voice of America*	27

Примечание. * Радиостанция Voice of America внесена Министерством юстиции РФ в реестр некоммерческих организаций, выполняющих функции иностранного агента.

Афганистан показывает эволюцию цифровой дипломатии самых различных акторов. Только в 2011–2012 г. афганские пользователи обратили внимание на твиты военных ведомств США, а также международных организаций. В афганском сегменте Twitter появились аккаунты Госдепартамента США и МИД РФ, которым удавалось захватывать внимание афганцев. А вот период 2013–2015 гг. — это время многообразия каналов международного вещания США, России, Китая, Саудовской Аравии в афганском сегменте социальных сетей. Индивидуальные блогеры с западной повесткой также занимали ведущие места. В таблице 1 представлена расстановка и популярность каналов в случайно выбранный период времени. Каналы были отобраны по числу ретвитов только одного из постов в течение апреля 2015 г. на платформе Twitter.

Из таблицы видно, что посты одного из афганских известных блогеров и музыкантов, выпускника Американского университета в Шардже, были более популярными и влиятельными, чем все посты каналов международного вещания правительства США, России, КНР и т. д. Судя по нашим данным, блогер удерживал первенство на протяжении нескольких лет, до конца 2016 г., после чего его твиты стали менее популярными, чем твиты радикальных групп сторонников движения Талибан (запрещенная в РФ террористическая организация) и всех тех, кто вел борьбу против коалиционных войск.

Данный пример объясняет одну из сторон феномена датафикации в международных отношениях в части роли влияния индивидуальных акторов на политику. Привлечение блогеров с дружественной позицией на сторону определенной государственной цифровой дипломатии уже неоднократно отмечалось исследователями и дипломатами как значимая часть современной системы международных

отношений [31; 32]. Однако подобная практика требует постоянного вовлечения индивидуальных лиц в информационный дискурс правительственной позиции.

МИДы и каналы международного вещания США, России и КНР также имели некоторое влияние на пользователей, особенно если твиты касались проектов по развитию в Афганистане. Исследование показало, что между такими странами, как Саудовская Аравия, Иран, Россия, Китай, США, развернулась борьба за лидерство в информационном пространстве Афганистана. Анализ содержания твитов показывает, что посты о проектах по развитию Афганистана или, например, об акциях США вызывали наибольший интерес и активно цитировались афганцами. Активные пользователи позитивно реагируют на посты США, РФ и других стран, которые связаны с проблемой развития и восстановления Афганистана, а также с проведением экономических реформ. США создали больше всех официальных каналов вещания в Афганистане, включая местный телеканал @TOLONews, до сих пор вещающий в Кабуле. Канал очень быстро отвоевывал аудиторию социальных сетей. Твиты канала всегда пользовались популярностью среди населения. Однако традиционные каналы вещания, созданные специально с пропагандистскими целями (VOA* и др.), не получали у афганцев той поддержки, на которую рассчитывали США. Совсем не был популярен канал, задачей которого было противостояние радикальным группам в приграничных районах Афганистана и Пакистана, — Radio Deewa (@voadeewa).

На снижение эффективности цифровой дипломатии государств в афганском сегменте интернета оказывала влияние активная информационная политика местных групп талибов («Талибан» — запрещенная в РФ террористическая организация) и других внешних игроков. Как только «цифровые дипломаты» США или других стран по каким-то причинам прекращали создавать контент в социальных сетях или международное вещание в Афганистане не распространяло привлекательных лозунгов, информационный вакуум быстро заполнялся информацией, идущей от группы экстремистов, медиаджихадистов и т.п. Очень быстро позитивная повестка сменялась негативными постами о коалиционных силах и США, особенно если в Афганистане случались кризисные ситуации [33]. Наш анализ показал, что в считанные дни информация всех внешних игроков уступила по популярности информации, идущей от местных блогеров или каналов, далеко не дружественных в отношении зарубежных стран и игроков. Таблица 2 показывает рейтинг 250 наиболее влиятельных аккаунтов в апреле 2018 г.

Из Таблицы 2 следует, что ведущие места заняли посты аккаунтов, которые позже были удалены администрацией Twitter. Но в тот период эти посты были доступны афганским пользователям и цитировались широко по сети. Более того, места в рейтинге между указанными каналами также занимали твиты с информацией на «чувствительные» темы.

Зарубежные каналы вещания США, России или КНР не могли или не имели интенцией противостоять информации или информационным кампаниям в силу проведения разобщенной цифровой дипломатии. Указанные каналы вещания продвигали внешнеполитические цели своих государств, при этом вступая в противоречие с конкурентами из других стран, что, несомненно, было только на руку радикальным информационным группировкам в Афганистане.

* Радиостанция Voice of America внесена Министерством юстиции РФ в реестр некоммерческих организаций, выполняющих функции иностранного агента

Кейс по Афганистану свидетельствует о двух чертах современного процесса датафикации. С одной стороны, официальная цифровая дипломатия может быть легко осаждена многочисленными блогерами и их повесткой. Это и есть цифровая

Таблица 2. Расстановка каналов цифровой дипломатии в Афганистане в апреле 2018 г.

Место	Канал цифровой дипломатии	Число ретвитов
1	Канал заблокирован	2897
2	Канал заблокирован	2433
3	Канал заблокирован	1162
42	U.S. Dept of Defense	234
46	Department of State	220
119	TOLOnews	106
129	Pakistan Defence Command	100
154	Sputnik (Russia)	88
164	Govt of Pakistan	82
213	U.S. Central Command	65
220	RT	65
250	...	

неопределенность датафикации — мы не можем быть готовы к информационной кампании, которая удачно попадет в аспирации пользователей. С другой стороны, эффективность цифровой дипломатии государств можно увеличивать за счет привлечения на свою сторону индивидуальных блогеров, а также посредством постоянного создания популярного контента. В свою очередь, популярный контент и притягательные краткий лозунг или информация могут быть созданы с помощью специальных алгоритмов, которые на основе анализа и интерпретации постов пользователей, а также анализа их предпочтений и проч., будут способны генерировать новые сообщения, что является одной из областей применения искусственного интеллекта.

Сирия

Был произведен анализ больших данных по хештегу «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 влиятельных твитов за каждый месяц и самых влиятельных аккаунтов с 2010 по 2017 г. Именно в 2010 г. стали появляться первые местные и региональные игроки в цифровом пространстве Сирии с определенной политической повесткой, в основном оппозиционной, а 2017 г. стал первым годом некоторой популярности зарубежных каналов вещания таких стран, как США и Россия. Выбранный промежуток времени показывает особенности цифровой дипломатии США, России и Китая в Сирии.

Таблица 3. Расстановка каналов цифровой дипломатии в Сирии, 2013 г.

Место	Канал цифровой дипломатии
1	SYRIA_GID (Syrian Revolution)
4	TopSaudiNews2
5	salman_alodah
6	SaudiNews50
7	NabilAlawadhy
13	Wesal_TV
37	AlArabiya
119	Alafasy
249	CNN Breaking News
250	BBC Breaking News

Выводы, о которых речь ниже, полностью опровергли первоначальную гипотезу исследования, согласно которой активная деятельность России или США в Сирии должна привести к активизации и популярности твитов цифровой дипломатии. Согласно многочисленным работам, сочетание жесткой силы и мягкой силы в виде умной силы, должно способствовать повышению эффективности работы цифровой дипломатии, а также мягкой силы [34]. Однако наше исследование опровергло данный тезис. Оказалось, что западные и нероссийские каналы международного вещания или блогеры оказывали определяющее влияние на умы сирийских граждан. Местные блогеры и региональные державы, включая Саудовскую Аравию, ее каналы международного вещания, а также многочисленная армия частных блогеров этой страны были в числе лидеров формирования информационного и политического дискурса о Сирии.

Таблица 3 показывает самые популярные каналы среди сирийских пользователей в Twitter в 2013 г. Мы использовали 2013 г., поскольку именно тогда впервые среди арабских блогеров и каналов вещания Саудовской Аравии, религиозных мыслителей и исламистов стали пробиваться западные каналы вещания. Но эти каналы не включены официально в инструментарий государственной цифровой дипломатии.

Из Таблицы 3 видно, что местные блогеры, оппозиционеры, официальные СМИ Саудовской Аравии и каналы, которые позже будут официально закрыты и самим правительством Саудовской Аравии из-за радикальной религиозной риторики (например, цифровой телеканал Wesal TV), держали внимание сирийских пользователей. Большинство твитов были на арабском языке, и здесь необходимо отметить, что Сирия кардинально отличалась, скажем, от Афганистана или Ирана в отношении доминирующего языка социальных сетей: здесь им был арабский. Западные СМИ (CNN и BBC), которые не являются частью официальной цифровой дипломатии США и Великобритании, первыми захватили внимание пользователей, но находились внизу рейтинга и не всегда удерживались даже в рейтинге двухсот пятидесяти популярных каналов.

Таблица 4. Каналы официальной цифровой дипломатии зарубежных государств в Сирии, апрель 2017 г.

Место	Канал цифровой дипломатии	Число ретвитов
1	...	23369
27	U.S. Dept of Defense	2948
31	Department of State	2735
33	Sarah Sanders (PressSec)	2673
42	USAbilAraby	2194
129	RT	1059
250	685

Наш анализ показывает, что до 2014–2015 гг. среди авторов популярных твитов не было каналов США, России или международных организаций. Но даже когда ситуация стала меняться, цифровая дипломатия США, России или Китая терялась на фоне информации, идущей от блогеров и каналов международного вещания Саудовской Аравии, Кувейта, а также твитов популярных блогеров, многие из которых были позже заблокированы из-за информации радикального толка.

В течение последующего периода, 2015–2018 гг., картина социальных медиа в Сирии изменилась. Каналы цифровой дипломатии США, России и других стран добились некоторого внимания сирийских пользователей. Однако зарубежные каналы не пользовались такой популярностью, как региональные блогеры или каналы вещания Саудовской Аравии. Таблица 4 показывает пик популярности каналов цифровой дипломатии США и России в апреле 2017 г., когда появился повод для новых политических дискуссий после ракетного удара по Сирии со стороны администрации Д. Трампа. В Таблице 4 каналы ранжированы по числу ретвитов самого популярного твита.

Из Таблицы 4 видно, что каналы международного вещания и цифровой дипломатии США и России, в отличие от каналов Китая, привлекали внимание пользователей в 2017 г. Все другие места распределились между блогерами, оппозиционерами, радикальными исламистами, а также СМИ Саудовской Аравии. Однако популярность каналов США или России была краткосрочной. В последующие месяцы и годы ни США, ни РФ, ни другие каналы глобального вещания не входили в число первых 250 самых цитируемых.

Кейс по Сирии свидетельствует, что официальная цифровая дипломатия может долгое время оставаться неэффективной с точки зрения привлечения внимания целевой аудитории в зарубежных странах по причине наличия сильных региональных игроков, СМИ и блогеров, которые не сотрудничают с официальными каналами. Например, в Сирии особую популярность получили блогеры и СМИ Саудовской Аравии, а не каналы вещания США или России. Именно они держали под контролем повестку, формировали фрейм, в котором шли политические дискуссии. Такая ситуация затрудняет работу цифровой дипломатии, но повышение эффективности возможно при наличии кризисных ситуаций, в которых информация (пост) той или иной страны становится востребованной.

Иран

Кейс по Ирану демонстрирует еще одну особенность процесса датафикации — необходимость продвижения нужного фрейма, нарратива или идентичности среди целевой аудитории в других странах при помощи цифровой дипломатии. Как было отмечено выше, основным свойством датафикации является фрагментированность политической реальности и необходимость для цифровой дипломатии работать в многочисленных политических и культурных контекстах среди разной целевой аудитории, которая сегодня измеряется не государственными границами, а скорее границами определенного публика или хештега. Фреймирование, понимаемое как процесс формирования мнений и предпочтений зарубежной аудитории средствами цифровой дипломатии, происходит в данном случае за счет изменения тональности ключевых слов.

В ходе исследования был осуществлен анализ работы цифровой дипломатии и каналов международного вещания США в Иране в январе 2020 г. В то время США провели операцию по ликвидации генерала К. Сулеймани, и в Иране прошли акции протестов в связи с ухудшением экономического положения. В качестве методов исследования были выбраны контент-анализ на малых данных, осуществленный с учетом тональности ключевых лексических единиц и хештег-анализа. Контент-анализ показал, каким образом тональность ключевых слов создает определенные фреймы для потребления аудиторией [35]. Анализ хештегов позволил сформировать представление о политической повестке и организации политической дискуссии в социальных сетях Ирана. Исследовательский вопрос был поставлен следующим образом: смогла ли цифровая дипломатия США оказать влияние на общественное мнение в Иране?

Контент-анализ проводился ручным способом с помощью определения тональности окружения ключевых слов (положительной, отрицательной или нейтральной) без учета кросс-культурного компонента. В качестве ключевых слов были выбраны имена собственные на английском и на фарси, относящиеся к основным акторам («Iran» — «ایران», «Iranian» — «ایرانی», «USA/America» — «آمریکیا», «US/American» — «آمریکایی», «Soleimani» — «سولیمانی», «Trump» — «ترامپ»), а также слово «Protests» — «اعتراض», относящиеся к происходившим событиям¹.

Для контент-анализа были выбраны три канала цифровой дипломатии США, работающие для иранской аудитории, из них один англоязычный (посольство США в Иране — на платформе Twitter) и два на фарси («Голос Америки Фарси» и «Радио Фарда» — на платформах Facebook*, Twitter, Telegram), — в период с 1 по 15 января 2020 гг., т. е. в период обострения в отношениях между США и Ираном. Всего за

¹ Тон постов определяется: 1) наличием эмоциональной окрашенных лексических единиц; 2) присутствием определенного набора синтаксических конструкций; 3) на основе коммуникативной интенции автора при анализе прагматических и стилистических аспектов сообщения. Например, к отрицательному тону относились такие имена и глаголы, как: ugly, notorious, dark, hated, failed, crime, criminals; к положительному — blessed, voted, rich, support, courage, culture; к нейтральному — когнитивная фактическая информация. Необходимо отметить, что ряд выражений приобретает определенный тон непосредственно в контексте повестки: «Iranian [criminal] regime» (отрицательный), «[courage of] Iranian people», «[rich] Iranian culture» (положительный), «[blessed] American democracy», «[stand by] American values» (положительный).

* Meta признана экстремистской организацией в РФ.

Таблица 5. Упоминание ключевых слов в общей повестке каналов, январь 2020 г., %

Канал	Ключевые слова			
	ناري	ی ناری	ایکیرم	ی کی ر م
	Iran	Iranian	America	American
@VOA* Farsi	71,7	14,2	35,5	10,5
@Radio Farda	53,2	5,8	43,7	5,9
@US Embassy in Iran	90,0	17,5	66,25	20,0

этот период в каналах было опубликовано 3920 постов, из них 2492 поста — «Голоса Америки» на фарси (вещание на языке фарси), 1348 — «Радио Фарда» (вещание на языке фарси) и 80 — Посольства США в Иране (посты на английском языке), при этом распределение ключевых слов в повестке происходило неравномерно (см. табл. 5). В ходе анализа были рассчитаны две медиаметрики: индекс присутствия (social media presence) и индекс тональности (social media favourability index). Каждый из каналов был проанализирован отдельно, затем был произведен расчет итоговой повестки во всех рассматриваемых каналах цифровой дипломатии США. В результате была определена частота упоминаний ключевых слов в постах от общего количества постов в канале (см. табл. 5).

Из таблицы 5 следует, что исследуемые каналы США чаще использовали ключевые слова, относящиеся к государству: США или Иран; и реже — к национальной принадлежности: американский или иранский. Тема американо-иранских отношений доминировала на протяжении всего исследуемого периода (релевантные посты составили около 80 % повестки). Пики присутствия в повестке пришлось на два определяющих события — ликвидация К. Сулеймани и начало массовых протестов. И, казалось бы, можно сделать вывод о том, что цифровая дипломатия работала в обычном режиме и здесь нет никаких необычных действий.

Однако, как отмечают исследователи, важным компонентом для понимания эффективности цифровой дипломатии 2020-х гг. является анализ тональности, или эмоционального окраса, постов [36; 37]. Эмоциональная составляющая цифровой дипломатии, формируемая позитивными или негативными суждениями автора поста, оказывает влияние на целевую аудиторию. Тональность сообщений задает соответствующий фрейм, который структурирует восприятие аудиторией происходящих событий. Зачастую продвигаемые фреймы кардинально отличаются в каналах различной идеологической направленности. Наш анализ показал, что каналы цифровой дипломатии США использовали обозначения государственности Ирана в негативном ключе, а принадлежность к иранской или американской нации имели положительную атрибуцию (табл. 6).

* Радиостанция Voice of America внесена Министерством юстиции РФ в реестр некоммерческих организаций, выполняющих функции иностранного агента.

Таблица 6. Позитивная, нейтральная и негативная тональность постов каналов цифровой дипломатии США в Иране, январь 2020 г., %

Ключевые слова	Позитивный тон	Нейтральный тон	Негативный тон
Iranian (ایرانی)	46	31	23
American/US (اینگیرما)	53	44	3
Iran (ناربا)	11	32	57
America/USA (اینگیرما)	33	62	5

Из таблицы 6 следует, что ключевое слово «Iran» («ایران») использовалось в основном с негативной оценкой (57 %), в то время как ключевое слово «Iranian» («ایرانی») — с позитивной и нейтральной оценкой (77 %). Ключевые слова «America/USA» имели по большей части нейтральную окраску (62 %), в то время как ключевое слово «American/US» — чаще всего позитивную атрибуцию (53 %).

В результате такого распределения посты отделяли непосредственно государства (Иран и США) от национальной идентичности (иранский и американский). Посты о политике государства Иран имели отрицательные оценки и маркировались хештегом #IranRegime, однако принадлежность к иранской идентичности не имела сильно выраженных негативных коннотаций, за исключением словосочетания «Iranian regime», и иногда маркировалась хештегом #IranianPeople. Отделение политики государства Иран от принадлежности к иранской национальной идентичности поддерживалось дихотомией «[corrupt] Iranian regime» — «[strong] Iranian people» на протяжении всего исследуемого периода. Политика государства США представлена в общей повестке в нейтральном ключе, при этом принадлежность к американской идентичности была позитивной. Наиболее частотными были положительные упоминания «American values» в сочетании с «freedom» и «democracy». Отрицательные атрибуции в 3 % для ключевого слова «US/American» и 5 % — для «USA/American» не охватывают существенного массива сообщений. Пользователи получили особый отрицательный и положительный взгляд на Иран, США, иранцев и американцев, что отражалось на постах активной части общества Ирана, участвовавшей в дискуссиях или протестах. Активное ядро аудитории было агрессивно настроено не к иранцам, а непосредственно к иранскому режиму, т. е. происходило формирование фрейма для оценки событий и ситуации.

Другой наглядной иллюстрацией фреймирования повестки посредством тональности стал сравнительный анализ употребления ключевых слов «Soleimani» и «Trump» в каналах цифровой дипломатии США в Иране и в соцсетях информационного агентства SANA, освещавшего ситуацию в Иране для аудитории в Сирии. В каналах цифровой дипломатии США в общей картине ключевые слова «Soleimani» и «Trump» получают негативную оценку в 68 и 4 %, позитивную оценку в 3 и 68 % соответственно. В цифровых каналах SANA, показатели по данным ключевым словам имеют полностью противоположные значения: негативную оценку в 3 и 80 %, позитивную оценку — в 73 и 1 % соответственно.

Данный вывод, может быть, не является кардинально новым исходя из ситуации ирано-американских отношений, однако задача подобного анализа —

показать, какие методы работают или не работают в эпоху датафикации, когда каждый участник дискуссии в социальных сетях может повернуть политическую ситуацию в определенное русло при правильном использовании алгоритмов и хэштегов.

Исходя из иранского кейса можно заключить, что цифровая дипломатия позволяет использовать определенные коннотации, направленные на осуществление эмоционального воздействия на аудиторию. Каналы вещания, обеспечивающие информационную поддержку внешней политики в цифровой среде, не могут оставаться полностью нейтральными при освещении значимых событий. Тональность постов в каналах цифровой дипломатии создает предпосылки для повышения цифровой активности пользователей за счет формирования определенной идеологической картины, эмоциональных оценок происходящих событий, высказываний политиков и внешнеполитических действий. Тем не менее нельзя отрицать и наличие выбора у цифровой аудитории. Стоит предположить, что потребляемый контент имеет влияние на пользователей, однако это влияние не должно быть преувеличено, поскольку мы не знаем до конца реальной, а не виртуальной реакции пользователей.

Заключение

Исходя из нашего анализа данных по вопросу работы цифровой дипломатии в условиях датафикации, можно утверждать, что правы те ученые, которые говорят, что цифровая неопределенность, фрагментация и фрейм стали основными и важными компонентами функционирования цифровой дипломатии.

Три указанные проблемы, которые являются свойствами датафикации, говорят о том, что цифровая дипломатия государств не может быть эффективнее, чем цифровая активность таких участников цифровой дискуссии, как индивидуальные блогеры, СМИ или селебрити. В любой момент отдельный пост или цифровая акция могут ликвидировать все усилия каналов международного вещания. Эта неопределенность преодолима при помощи постоянного мониторинга цифрового пространства на предмет роста популярности каких-то стейкхолдеров и возможного партнерства с ними по решению отдельной политической задачи. Пример Афганистана в этом отношении показателен — несколько лет афганскому блогеру прозападной ориентации удавалось владеть вниманием пользователей. Фрагментированность является большей проблемой, решение которой виделось в расширении числа участников и фильтрации искусственно созданных кампаний. Однако пример Сирии показывает, что каналам цифровой дипломатии, например США или России, не так просто преодолеть привычную ориентацию пользователей на местные каналы или региональные каналы Саудовской Аравии. Более того, продвижение позиции и политики государства через фрейминг является самым важным инструментом для успешного осуществления цифровой дипломатии в эпоху датафикации. Судя по цифровой дипломатии США в Иране, это возможно осуществить при правильном наборе ключевых слов и тональности постов и хештегов. Однако для успешной реализации цифровой дипломатии требуется постоянная аналитика больших данных и использование специальных алгоритмов для продвижения информации. Наконец, приоритеты внешней политики оказывают влияние

на активность каналов цифровой дипломатии. Пример Китая свидетельствует, что Сирия выпадала из значимых приоритетов внешней политики Пекина, и поэтому китайские каналы не проводили там активную информационную деятельность. А вот в социальных сетях Афганистана Китай присутствовал, но не так активно, как США или Россия.

Исходя из полученных эмпирических данных, можно заключить, что подобная деятельность государств сейчас составляет значительную часть внешней политики и дипломатии. Цифровизация международных отношений работает в отсутствие норм и соглашений, когда несанкционированные способы получения данных, утечки, кибератаки и проч. способны повлиять на пользователей цифрового пространства, которые, в свою очередь, оказывают влияние на реальную политику. Такая трансформация системы международных отношений ведет государства к пониманию необходимости создания обязывающих соглашений — для проведения красных линий или, наоборот, для поддержания открытого цифрового пространства, что в любом случае станет началом регулирования отношений в основных кластерах цифровых международных отношений, таких как дипломатия данных; кибербезопасность / информационная безопасность и связанная с ней кибердипломатия; глобальное управление интернетом (global Internet governance) и цифровые избирательные технологии.

Литература

1. *Data Age 2025*. URL: <https://www.import.io/wp-content/uploads/2017/04/Seagate-WP-DataAge2025-March-2017.pdf> (дата обращения: 05.12.2021).
2. Цветкова, Н. (2011), Социальные сети в публичной дипломатии США, *Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 6: Философия. Культурология. Политология. Право. Международные отношения*, № 2, с. 84–89.
3. Bjola, C. and Pamment, J. (2018), *Countering Online Propaganda and Extremism: The Dark Side of Digital Diplomacy*, New York: Routledge.
4. Цветкова, Н. (2020), Феномен цифровой дипломатии в международных отношениях и методология его изучения, *Вестник РГГУ. Серия: Политология. История. Международные отношения*, № 2, с. 37–47.
5. Bjola, C. and Holmes, M. (2015), *Digital Diplomacy: Theory and Practice*, New York: Routledge.
6. Bjola, C. (2016), Digital Diplomacy — the State of the Art, *Global Affairs*, vol. 2, iss. 3, pp. 297–299.
7. Manor, I. (2019), A Vocal and Volatile Online Public, in Manor, I. (ed.), *The Digitalization of Public Diplomacy*, Cham: Palgrave Macmillan, pp. 65–100.
8. Sandre, A. (2015), *Digital Diplomacy: Conversations on Innovation in Foreign Policy*, New York: Rowman & Littlefield Lanham.
9. Bjola, C. (2015), Media and Public Diplomacy: a Comparative Analysis of the Digital Diplomatic Strategies of the EU, US and Japan in China, in Bjola, C. and Holmes, M. (eds), *Digital Diplomacy: Theory and Practice*, New York: Routledge, pp. 71–88.
10. Cull, N. (2011), WikiLeaks, Public Diplomacy 2.0 and The State of Digital Public Diplomacy, *Place Branding and Public Diplomacy*, vol. 7, pp. 1–8.
11. Tsvetkova, N., Rushchin, D., Shiryaev, B., Yarygin, G. and Tsvetkov I. (2020), Sprawling in Cyberspace: Barack Obama's Legacy in Public Diplomacy and Strategic Communication, *Journal of Political Marketing*, no. 2, pp. 1–13.
12. Tsvetkova, N. (2019), Dealing with a Resurgent Russia: Engagement and Deterrence in US International Broadcasting, 2013–2019, *Vestnik of Saint Petersburg University. International Relations*, vol. 12, iss. 4, pp. 435–449.
13. Manor, I. (2021), The Russians are Laughing! The Russians are Laughing! How Russian Diplomats Employ Humour in Online Public Diplomacy, *Global Society*, vol. 3, no. 51, pp. 61–83.

14. Manor, I. (2021), Russian Digital Diplomacy: The Good, the Bad and the Satirical. *Russland-Analysen*, no. 398. URL: <https://www.laender-analysen.de/russland-analysen/398/russlands-digitale-diplomatie/> (дата обращения: 13.02.2022).
15. Manor, I. and Pamment, J. (2021), From Gagarin to Sputnik: the Role of Nostalgia in Russian Public Diplomacy, *Place Branding and Public Diplomacy*, vol. 18, pp. 44–48.
16. Der Derian, J. (2011), Quantum Diplomacy, German-US Relations and the Psychogeography of Berlin. *The Hague Journal of Diplomacy*, vol. 6, no. 3–4, pp. 373–392.
17. Сытник, А. (2022), Цифровизация и «большие данные» в международных отношениях: теоретические, методологические аспекты: дис. ... канд. полит. наук, СПб.: СПбГУ.
18. Barrinha, A. (2017), Cyber-diplomacy: the Making of an International Society in the Digital Age, *Global Affairs*, vol. 3, no. 4–5, pp. 353–364.
19. Bjola, C. (2016), Cyber-Intelligence and Diplomacy: the Secret Link, in Bjola, C. and Murray, S. (eds), *Secret Diplomacy: Concepts, Contexts and Cases*, New York: Routledge, pp. 201–228.
20. Tsvetkova, N., Kheifets, V., Sytnik, A. and Tsvetkov, I. (2019), Venezuela in U.S. public diplomacy, 1950s–2000s: The Cold War, Democratization, and the Digitalization of Politics, *Cogent Social Sciences*, vol. 5, no. 1, pp. 1–25.
21. Granelli, F. (2021), Social Movements, Diplomacy and Relationships of Trust, in Spence, J., Yorke, C. and Masser, A. (eds), *Contemporary Diplomacy in Action: New Perspectives on Diplomacy*, London: I. B. Tauris, pp. 165–186.
22. Bjola, C. and Zaiotti, R. (2020), *Digital Diplomacy and International Organisations: Autonomy, Legitimacy and Contestation*, New York: Routledge.
23. Безруков, А. О., Мамонов, М. В., Сучков, М. А. и Сушенцов, А. А. (2021), Суверенитет и «Цифра», *Россия в глобальной политике*, т. 19, № 2 (108), с. 106–119.
24. U.S. Congress, S. 3075. Department of State, Foreign Operations, and Related Programs Appropriations Act, 2022. URL: <https://www.congress.gov/bill/117th-congress/senate-bill/3075> (дата обращения: 12.12.2021).
25. Manor, I. and Bjola, C. (2021), Public Diplomacy in the Age of 'Post-reality', in Surowiec, P. and Manor, I. (eds), *Public Diplomacy and the Politics of Uncertainty*. Cham: Palgrave Macmillan, pp. 111–146.
26. Кузнецов, Н. (2022), Дипломатия США в эпоху больших данных: новые цели, новые возможности, *США и Канада: экономика, политика, культура*, № 3 (в печати).
27. Tsvetkova, N. (2020), Russian Digital Diplomacy: A Rising Cyber Soft Power?, in Velikaya, A. and Simons, G. (eds), *Russia's Public Diplomacy. Studies in Diplomacy and International Relations*, Cham: Palgrave Macmillan, pp. 103–117.
28. Golan, G., Manor, I. and Arceneaux, Ph. (2019), Mediated Public Diplomacy Redefined: Foreign Stakeholder Engagement via Paid, Earned, Shared, and Owned Media, *American Behavioral Scientist*, vol. 63, no. 12, pp. 1665–1683.
29. Gavra, D., Namyatova, K. and Vitkova, L. (2021), Detection of Induced Activity in Social Networks: Model and Methodology, *Future Internet*, vol., no. 11 (297), pp. 1–13.
30. Spry, D. (2022), More Than Data: Using the Netvizz Facebook* Application for Mixed-Methods Analysis of Digital Diplomacy, in *SAGE Research Methods Cases*. London: SAGE Publications Ltd., 2022, pp. 1–23.
31. Цветкова, Н. (2016), «Русский мир» в публичной дипломатии США: направления на 2015–2018 гг., *США и Канада: экономика, политика, культура*, т. 8 (560), с. 59–72.
32. Коньков, А. Е. (2020), Цифровизация политики vs политика цифровизации, *Вестник Санкт-Петербургского университета. Политология. Международные отношения*, т. 13, вып. 1, с. 47–68.
33. Цветкова, Н. и Сытник, А. (2018), Публичная дипломатия в Афганистане, 2002–2018 гг.: влияние США на социальные сети, политическую систему и университет, *Вестник Санкт-Петербургского университета. Политология. Международные отношения*, т. 11, № 4, с. 344–361.
34. Manor, I. and Golan, G. J. (2020), The Irrelevance of Soft Power, *E-International Relations*, October, 19, pp. 1–6.
35. Гришанина, Т. А. (2021), Цифровая дипломатия США в 2009–2020 гг. в свете развития инновационных технологий, *Манускрипт*, т. 14, № 4, с. 682–688.
36. Spry, D. and Lockyer, K. (2021), Large Data and Small Stories: A Triangulation Approach to Evaluating Digital Diplomacy, *Place Branding and Public Diplomacy*. URL: <https://link.springer.com/article/10.1057/s41254-021-00248-w#citeas> (дата обращения: 13.02.2022).

* Мета признана экстремистской организацией в РФ.

37. Simons, G., Danyk, Yu. and Maliarchuk, T. (2020), Hybrid War and Cyber-Attacks: Creating Legal and Operational Dilemmas, *Global Change, Peace & Security*, vol. 32, no. 3, pp. 337–342.

Статья поступила в редакцию 10 февраля 2022 г.

Статья рекомендована к печати 22 марта 2022 г.

Контактная информация:

Цветкова Наталья Александровна — д-р ист. наук, проф.; n.tsvetkova@spbu.ru

Сытник Анна Николаевна — канд. полит. наук; a.sytник@spbu.ru

Гришанина Татьяна Александровна — преп.; grishanina_ta@voenmeh.ru

Digital diplomacy and *digital international relations*: Challenges and new advantages

N. A. Tsvetkova¹, A. N. Sytnik¹, T. A. Grishanina²

¹ St Petersburg State University,

7–9, Universitetskaya nab., St Petersburg, 199034, Russian Federation

² Baltic State Technical University «Voenmeh» named after D. F. Ustinov,

1, 1-ya Красноармейская ул., St Petersburg, 190005, Russian Federation

For citation: Tsvetkova N. A., Sytnik A. N., Grishanina T. A. Digital diplomacy and *digital international relations*: Challenges and new advantages. *Vestnik of Saint Petersburg University. International Relations*, 2022, vol. 15, issue 2, pp. 174–196. <https://doi.org/10.21638/spbu06.2022.204> (In Russian)

The paper introduces concepts relative to *digital international relations*, including the following clusters as data/digital diplomacy; cyber security and cyber diplomacy; global internet governance; and, finally, digital voting. All these elements have come under the pressure of *datalization* that is the growth of digital actors and of big data analytics used often for political purposes. This paper focuses on one of the elements of digital international relations, notably the digital diplomacy. The authors discuss new challenges including digital uncertainty, fractured digital reality, and framing. Based on the analysis of data retrieved from social media by computational algorithms, the authors test these new challenges in case studies related to the digital diplomacy conducted by the United States, Russia and China in such countries as Afghanistan, Syria and Iran in various timelines. The authors reveal that multiple digital bloggers, mass-media, various entities, etc., can diminish the effectiveness of governmental digital diplomacy. At the same time, the datalization, digital uncertainty, and fragmentation allow the official diplomacy of the states to promote values through specific policy of framing discussed in the paper. Based on the empirical data, it can be concluded that the current stage of digitalization of international relations compels the states to introduce new binding agreements to draw “cyber red lines” or, equally, to maintain internet freedom that will contribute to shaping a balance of power in cyberspace.

Keywords: digital international relations, digital diplomacy, United States, Russia, China.

References

1. *Data Age 2025*. Available at: <https://www.import.io/wp-content/uploads/2017/04/Seagate-WP-DataAge2025-March-2017.pdf> (accessed: 05.12.2021).

2. Tsvetkova, N. (2011), Social Networks in US Public Diplomacy, *Bulletin of St Petersburg University. Series 6. Philosophy. Culturology. Political Science. Law. International Relations*, no. 2, pp. 84–89. (In Russian)

3. Bjola, C. and Pamment, J. (2018), *Countering Online Propaganda and Extremism: The Dark Side of Digital Diplomacy*, New York: Routledge.

4. Tsvetkova, N. (2020), The Phenomenon of Digital Diplomacy in International Relations and the Methodology, *Bulletin of the Russian State Humanitarian University. Series: Political Science. History. International Relations*, no. 2, pp. 37–47. (In Russian)

5. Bjola, C. and Holmes, M. (2015), *Digital Diplomacy: Theory and Practice*, New York: Routledge.
6. Bjola, C. (2016), Digital Diplomacy — the State of the Art, *Global Affairs*, vol. 2, iss. 3, pp. 297–299.
7. Manor, I. (2019), A Vocal and Volatile Online Public, in Manor, I. (ed.), *The Digitalization of Public Diplomacy*, Cham: Palgrave Macmillan, pp. 65–100.
8. Sandre, A. (2015), *Digital Diplomacy: Conversations on Innovation in Foreign Policy*, New York: Rowman & Littlefield Lanham.
9. Bjola, C. (2015), Media and Public Diplomacy: a Comparative Analysis of the Digital Diplomatic Strategies of the EU, US and Japan in China, in Bjola, C. and Holmes, M. (eds), *Digital Diplomacy: Theory and Practice*, New York: Routledge, pp. 71–88.
10. Cull, N. (2011), WikiLeaks, Public Diplomacy 2.0 and The State of Digital Public Diplomacy, *Place Branding and Public Diplomacy*, vol. 7, pp. 1–8.
11. Tsvetkova, N., Rushchin, D., Shiryayev, B., Yarygin, G. and Tsvetkov, I. (2020), Sprawling in Cyberspace: Barack Obama's Legacy in Public Diplomacy and Strategic Communication, *Journal of Political Marketing*, no. 2, pp. 1–13.
12. Tsvetkova, N. (2019), Dealing with a Resurgent Russia: Engagement and Deterrence in US International Broadcasting, 2013–2019, *Vestnik of Saint Petersburg University. International Relations*, vol. 12, iss. 4, pp. 435–449.
13. Manor, I. (2021), The Russians are Laughing! The Russians are Laughing! How Russian Diplomats Employ Humour in Online Public Diplomacy, *Global Society*, vol. 3, no. 5 1, pp. 61–83.
14. Manor, I. (2021), Russian Digital Diplomacy: The Good, the Bad and the Satirical. *Russland-Analysen*, no. 398. Available at: <https://www.laender-analysen.de/russland-analysen/398/russlands-digitale-diplomatie/> (accessed: 13.02.2022).
15. Manor, I. and Pamment, J. (2021), From Gagarin to Sputnik: the Role of Nostalgia in Russian Public Diplomacy, *Place Branding and Public Diplomacy*, vol. 18, pp. 44–48.
16. Der Derian, J. (2011), Quantum Diplomacy, German-US Relations and the Psychogeography of Berlin. *The Hague Journal of Diplomacy*, vol. 6, no. 3–4, pp. 373–392.
17. Sytnik, A. (2022), *Digitalization and Big Data in International Relations: Theoretical, Methodological, and Applied Fields*, PhD. thesis. St Peterburg: St Petersburg State University. (In Russian)
18. Barrinha, A. (2017), Cyber-diplomacy: the Making of an International Society in the Digital Age, *Global Affairs*, vol. 3, no. 4–5, pp. 353–364.
19. Bjola, C. (2016), Cyber-Intelligence and Diplomacy: the Secret Link, in Bjola, C. and Murray, S. (eds), *Secret Diplomacy: Concepts, Contexts and Cases*, New York: Routledge, pp. 201–228.
20. Tsvetkova, N., Kheifets, V., Sytnik, A. and Tsvetkov, I. (2019), Venezuela in U.S. public diplomacy, 1950s–2000s: The Cold War, Democratization, and the Digitalization of Politics, *Cogent Social Sciences*, vol. 5, no. 1, pp. 1–25.
21. Granelli, F. (2021), Social Movements, Diplomacy and Relationships of Trust, in Spence, J., Yorke, C. and Masser, A. (eds), *Contemporary Diplomacy in Action: New Perspectives on Diplomacy*, London: I. B. Tauris, pp. 165–186.
22. Bjola, C. and Zaiotti, R. (2020), *Digital Diplomacy and International Organisations: Autonomy, Legitimacy and Contestation*, New York: Routledge.
23. Bezrukov, A. O., Mamonov, M. V., Suchkov, M. A and Sushentsov, A. A. (2021), Sovereignty and Digital, *Russia in Global Affairs*, vol. 19, no. 2 (108), pp. 106–119. (In Russian)
24. U.S. Congress, S. 3075. Department of State, Foreign Operations, and Related Programs Appropriations Act, 2022. Available at: <https://www.congress.gov/bill/117th-congress/senate-bill/3075> (accessed: 12.12.2021).
25. Manor, I. and Bjola, C. (2021), Public Diplomacy in the Age of 'Post-reality', in Surowiec, P. and Manor, I. (eds), *Public Diplomacy and the Politics of Uncertainty*. Cham: Palgrave Macmillan, pp. 111–146.
26. Kuznetsov, N. (2022), US Diplomacy and The Epoch of Big Data: New Goals, New Opportunities, *US and Canada: Economics, Politics, Culture*, no. 3 (in print). (In Russian)
27. Tsvetkova, N. (2020), Russian Digital Diplomacy: A Rising Cyber Soft Power?, in Velikaya, A. and Simons, G. (eds), *Russia's Public Diplomacy. Studies in Diplomacy and International Relations*, Cham: Palgrave Macmillan, pp. 103–117.
28. Golan, G., Manor, I. and Arceneaux, Ph. (2019), Mediated Public Diplomacy Redefined: Foreign Stakeholder Engagement via Paid, Earned, Shared, and Owned Media, *American Behavioral Scientist*, vol. 63, no. 12, pp. 1665–1683.
29. Gavra, D., Namyatova, K. and Vitkova, L. (2021), Detection of Induced Activity in Social Networks: Model and Methodology, *Future Internet*, vol., no. 11 (297), pp. 1–13.

30. Spry, D. (2022), More Than Data: Using the Netvizz Facebook* Application for Mixed-Methods Analysis of Digital Diplomacy, in *SAGE Research Methods Cases*. London: SAGE Publications Ltd., 2022, pp. 1–23.
31. Tsvetkova, N. (2016), Russian World in US Public Diplomacy: Directions for 2015–2018, *USA and Canada: Economics, Politics, Culture*, vol. 8 (560), pp. 59–72. (In Russian)
32. Konkov, A. E. (2020). Digitalization of Policy vs Policy of Digitalization, *Bulletin of St Petersburg University. Political Science. International Relations*, vol. 13, iss. 1, pp. 47–68. (In Russian)
33. Tsvetkova, N., Sytnik, A. (2018), Public Diplomacy in Afghanistan, 2002–2018: U.S. Influence on Social Networks, the Political System, and Universities, *Bulletin of St Petersburg University. Political Science. International Relations*, vol. 11, iss. 4, pp. 344–361. (In Russian)
34. Manor, I. and Golan, G. J. (2020), The Irrelevance of Soft Power, *E-International Relations*, October, 19, pp. 1–6.
35. Grishanina, T. A. (2021), US Digital Diplomacy 2009–2020 and Development of Innovative Technologies, *Manuscript*, vol. 14, no. 4, pp. 682–688. (In Russian)
36. Spry, D., Lockyer, K. (2021), Large Data and Small Stories: A Triangulation Approach to Evaluating Digital Diplomacy, *Place Branding and Public Diplomacy*. Available at: <https://link.springer.com/article/10.1057/s41254-021-00248-w#citeas> (accessed: 13.02.2022).
37. Simons, G., Danyk, Yu. and Maliarchuk, T. (2020), Hybrid War and Cyber-Attacks: Creating Legal and Operational Dilemmas, *Global Change, Peace & Security*, vol. 32, no. 3, pp. 337–342.

Received: February 10, 2022

Accepted: March 22, 2022

Authors' information:

Natalia A. Tsvetkova — Dr. Sci. in History, Professor; n.tsvetkova@spbu.ru

Anna N. Sytnik — PhD in Political Sciences, Assistant Professor; a.sytnik@spbu.ru

Tatiana A. Grishanina — Lecturer; grishanina_ta@voenmeh.ru

* Мета признана экстремистской организацией в РФ.