МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования

# «Кубанский государственный университет»

**(ФГБОУ ВО «КубГУ»)**

**Факультет истории, социологии и международных отношений**

**Кафедра всеобщей истории и международных отношений**

**КУРСОВАЯ РАБОТА**

**СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОЛИТИЧЕСКОГО ВЛИЯНИЯ НА ПРИМЕРЕ США**

Работу выполнила\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ А.М.Чамокова

(подпись)

Направление подготовки 41.03.05 Международные отношения

Направленность (профиль) Международное сотрудничество

Научный руководитель

д-р ист. наук, доцент \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ М.П.Теленьга

(подпись)

Нормоконтролер

д-р ист. наук, доцент \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ М.П.Теленьга

(подпись)

Краснодар 2023

**СОДЕРЖАНИЕ**

[Введение 1](#_Toc133930958)

[Глава 1. Цифровизация международных отношений. 1](#_Toc133930959)

[1.1. Эволюция цифровой дипломатии. 1](#_Toc133930960)

[1.2. Цифровая дипломатия: новые вызовы и новые методы. 1](#_Toc133930961)

[1.3. Твипломаси. 1](#_Toc133930962)

[Выводы. 1](#_Toc133930963)

[Глава 2. Использование «big data» (больших данных) в дипломатии. 1](#_Toc133930964)

[2.1. Большие данные и основные функции дипломатии. 1](#_Toc133930965)

[2.2. Сбор информации и дипломатическая отчетность. 1](#_Toc133930966)

[2.3. Анализ социальных сетей. 1](#_Toc133930967)

[2.4. Анализ социальных сетей на практике: Раскрытие связей между странами. 1](#_Toc133930968)

[2.5. Коммуникация и публичная дипломатия. 1](#_Toc133930969)

[2.6. Убедительны ли данные? 1](#_Toc133930970)

[Выводы. 1](#_Toc133930971)

[Заключение 1](#_Toc133930972)

[Список использованных источников и литературы 1](#_Toc133930973)

# Введение

**Актуальность темы исследования.** Выбранная мною тема является актуальной по сей день, так как социальные сети – это, то без чего трудно представить жизнь современного человека. С годами все меняется настолько, что, только попав на просторы Интернета, появляется масса новостей, информации, полезной и провокационной, достоверной и лживой. Социальные сети значительно внедрены во многие политические процессы. На сегодняшний момент Instagram, Twitter, Facebook не только являются площадкой для размещения фото, но и служат почти бесконечным пространством для выражения мнения и ведения дискуссий. Однозначно социальные сети, с момента их появления, служат влиятельным инструментом в международных отношениях и политики большинства деятелей. Сейчас практически у каждого президента, депутата, премьер-министра и т.д. есть аккаунт в какой-либо социальной сети, где размещается актуальная информация про внешнюю или внутреннюю политику государства. Именно поэтому важно изучать новые явления, которые появляются в сфере дипломатии на платформе различных социальных сетей, например, «твипломаси», «big data diplomacy» и т.д.

Актуальность темы курсовой работы определил объект, предмет, цель и задачи исследования.

**Объектом исследования** являются социальные сети как инструмент политического влияния.

**Предметом исследования** является цифровизация международных отношений и феномен «big data diplomacy» в социальных сетях.

**Хронологические рамки** исследования период с 2006 по 2020 год. Нижняя хронологическая рамка обусловлена тем, что именно с 2006 г. появился феномен – «твипломаси», т.е. «разрушение» традиционной дипломатии или традиционных каналов общения между дипломатами, премьер-министрами и президентами. Конечная граница определена тем, что в 2020 гг. США активизировали проекты цифровой дипломатии, использование которых ранее осуждали [[1]](#footnote-2). Обработка больших данных и применение искусственного интеллекта для подготовки моментальных эффективных постов и «контр-месседжей», убедительных ответов на комментарии пользователей, поиска источников фейковой информации и «интернет-троллей» являются бесценным оружием информационных войн и «трендами 2020-х гг.»[[2]](#footnote-3).

**Географические рамки**: исследования охватывают территорию Соединенных Штатов Америки.

**Целью исследования** является изучение цифровизации международных отношений, т.е. то, как социальные сети влияют на политику и международные отношения США уже как более 20 лет, а так же феномен «big data diplomacy». В работе рассматриваются такие концепции как «soft power», «engagement concept», так же особое внимание уделяется проектам Соединенных Штатов Америки, которые были созданы в интернете с целью распространить положительный образ государства, установить прямой диалог между правительством и зарубежной аудиторией и т.д.

**Выделим следующие задачи**:

* Проследить цифровизацию международных отношений с 2006 по 2020 гг.
* Рассмотреть проекты Соединенных Штатов Америки, созданные в интернете.
* Проанализировать феномен «твипломаси».
* Изучить использование «big data diplomacy» (больших данных) в дипломатии.

**Методологическую основу** составили ***принцип объективности***, руководствуясь которым мы стремимся среди разных отображаемых в источниках точках зрения, выявлять достоверные сведения. Так, например, используя разные источники возможно качественно изучить проблему и различные ее стороны.

Еще одним неотъемлемым принципом является ***принцип историзма***, следуя которому мы обращались к историческим фактам и событиям, так, например, рассматривали проекты Соединенных Штатов Америки в разные годы, обращались к определенным причинно-следственным связям и прослеживали, что менялось из года в год. Так же в работе указаны определенные исторические события, на примере которых мы сравнивали динамику влияния интернета и социальных сетей на международные отношения.

Один из методов, используемых в нашей работе, является ***метод абстрагирования***, то есть мы выделяем определенные предметы, которые необходимо изучить в работе, например, изучение определенных феноменов, проектов в интернете, которые влияют на международные отношения и политику Соединенных Штатов Америки.

Так же в работе используется ***метод индукцию***, который позволяет нам сделать выводы об объекте от частых предпосылок к общим заключением. Так, например, рассматривая «big data diplomacy», мы выделяли несколько аспектов «big data diplomacy», то как «большие данные» проявлялись в сборе информации и дипломатической отчетности», в анализе социальных сетей, в коммуникации и публичной дипломатии и т.д. На основе собранной информации можно сделать вывод о том, как «большие данные» проявляются в дипломатии и международных отношениях.

**Источниковую базу исследования** составили: электронные ресурсы, статистика, монографии и законодательный акт. Так, например, использовались такие электронные ресурсы как PayWast[[3]](#footnote-4), TechCamp[[4]](#footnote-5), интернет-портал рекламной компании RT «For the second opinion»[[5]](#footnote-6), информационный портал Twiplomocy[[6]](#footnote-7), интернет-портал WikiLeaks[[7]](#footnote-8). Для формирования полной картины мы обращались к статистическим данным, которые показывали использования анализа социальных сетей для понимания связи между странами. Проект «Mapping the World's Friendships» Суть данного проекта заключалась в том, что страны сортируются по сочетанию количества дружеских связей в Facebook между странами и общему количеству дружеских связей в Facebook в данной стране[[8]](#footnote-9). Полученные карты показывают эмоциональные, социальные, экономические и исторические связи между странами.

Так же в работе используется монография, т.е. научный труд в виде книг. Используются такие книги, как «Contemporary Diplomacy: Representation and Communication in a Globalized World» Dr Geoffrey Allen Pigman[[9]](#footnote-10) («Современная дипломатия: представительство и коммуникация в глобализованном мире»), Jacobson, B., Hone, C., Kurbalija, J. «Data Diplomacy, Updating Diplomacy to the Big Data Era, DiploFoundation»[[10]](#footnote-11) («Дипломатия данных, обновление дипломатии в эпоху больших данных, диплооснование»).

Так же в работе используется законодательный акт США «Стратегия Национальной безопасности» 2017 г. («National Security Strategy // The White House 2017»). Данная стратегия провозгласила начало борьбы с киберпреступностью посредством «серьезных санкций» в отношении иностранных правительств, осуществляющих вредоносную деятельность в американском интернет-сегменте.[[11]](#footnote-12)

**Степень изученности проблемы:** В настоящее время существует большое число научных трудов, посвященных цифровой дипломатии и дипломатии «больших данных». При рассмотрении данной темы использовались научные статьи ученых, научные книги и т.д. Так, например, в работе упоминается научная статья Леонова О.Г. «Джозеф Най и «мягкая сила»: попытка нового прочтения»[[12]](#footnote-13), в которой объясняется концепция «soft power» и то, как она проявляется в интернете и влияет на международные отношения. Так же мы воспользовались научной статьей Н.А.Цветковой «Феномен цифровой дипломатии в международных отношениях и методология его изучения»[[13]](#footnote-14), в которой рассказываются итоги развития такого явления в мировой политике, как цифровая дипломатия, и освещает ход дискуссии о научных подходах к изучению данного феномена. Автор рассматривает исследования цифровой дипломатии, и то, как анализ хэштега (hashtag tracking), сетевой анализ (network analysis), сентимент-анализ (sentiment analysis), а также анализ мнений и взглядов (opinion mining) могут использоваться при изучении цифровой дипломатии отдельных стран. Так же необходимо выделить научную статью Кузнецовой Н.М. «Актуальные методы цифровой дипломатии США в отношении России»[[14]](#footnote-15). В исследовании рассматриваются актуальные методы публичной дипломатии, реализуемые руководством Соединенных Штатов Америки в отношении России посредством различных интернет-технологий. Для полноты картины рассматривалась так же научная статья Козырева А.А. «Почему социальные сети являются инструментом политической власти?»[[15]](#footnote-16). В статье рассматривается формирование публичной власти в интернете, необходимость формирования и продвижения имиджа политического лидера в социальных сетях, приводятся и анализируются конкретные примеры политиков, которые имеют свои аккаунты на различных интернет-порталах.

Разобраться в данной теме так же помогают научные книги. Так, например, мы воспользовались научной книгой «Contemporary Diplomacy: Representation and Communication in a Globalized World» Dr Geoffrey Allen Pigman[[16]](#footnote-17) («Современная дипломатия: представительство и коммуникация в глобализованном мире»). Автором является Доктор Джеффри Аллен Пигман. В данной книге рассматриваются дипломатические процессы и функции, основные дипломатические функции представительства и коммуникации в свете новых коммуникационных технологий и возросшей важности публичной дипломатии. Можно так же выделить научную книгу «Data Diplomacy, Updating Diplomacy to the Big Data Era, DiploFoundation, Geneva, Switzerland» Katharina E Höne[[17]](#footnote-18) («Дипломатия данных, Обновление дипломатии в эпоху больших данных, DiploFoundation, Женева, Швейцария» Katharina E Höne). В ней рассматриваются основные возможности больших данных в различных дипломатических областях и функциях и выделяются ключевые вопросы, которые необходимо решить для процветания дипломатии больших данных.

Так же в работе упоминаются такие авторы как Hocking B & Melissen M с их работой «Diplomacy in the Digital Age»[[18]](#footnote-19) (Хокинг Б. и Мелиссен М. «Дипломатия в цифровую эпоху»), Batrinca B & Treleaven PC «Social media analytics: a survey of techniques, tools and platforms»[[19]](#footnote-20) («Аналитика социальных сетей: обзор методов, инструментов и платформ»), а так же Bean H & Comor E Data-driven public diplomacy: A critical and relexive assessment[[20]](#footnote-21) («Публичная дипломатия, основанная на данных: критическая и рефлексивная оценка») и Hanson F «Public Diplomacy» («Публичная дипломатия»)[[21]](#footnote-22)

# Глава 1. Цифровизация международных отношений.

##  Эволюция цифровой дипломатии.

Стоит начать с того, как завелась цифровая дипломатия и как она стала частью внешней политики и международных отношений. Существуют так же определенные года, когда цифровая дипломатия официально стала частью внешней политики государств – это примерно 2009 – 2010 годы. Почему она появилась ? Сегодня миллиарды пользователей и граждан используют социальные сети, это огромная часть населения земного шара, которая находится под влиянием различных аккаунтов, правительств и государств.

За время развития цифровой дипломатии появился устойчивый термин, который действительно сегодня существует в документах самых различных стран. Но перед тем как раскрыть данное определение, стоит отметить, что цифровая дипломатия может называться по-разному в разных странах. Она может называться и e-diplomacy, digital diplomacy, интернет-дипломатия и твипломаси. Цифровая дипломатия[[22]](#footnote-23) – это правительственный механизм и проекты для влияния на зарубежное общество при помощи социальных сетей, например, facebook, twitter, youtube и т.д.

Стоит отметить, что с момента своего зарождения, цифровая дипломатия представляла некий привлекательный инструмент для различных акторов системы международных отношений. Начиная с 2009 – 2010 гг. существенную роль играли две концепции: «мягкая силы» и «engagement concept» («концепция вовлечения»). Две этих концепций подразумевали один из важных императивов в цифровой дипломатии. Прежде всего – это привлечение и демонстрация позитивного образа той или иной страны.

Кто же стал первой страной в развитии цифровой дипломатии ? Соединенные Штаты Америки оказались тем первым государством, которые начиная с 2009 г. стали развивать данный правительственный механизм. Были созданы определенные ведомства в государственном департаменте США, более того известный государственный секретарь Хилори Клинтон – опиралась на концепцию Джозефа Ная о «мягкой силе» [[23]](#footnote-24) и стремилась использовать цифровую дипломатию в качестве основного инструмента внешней политики США. Так же во время «Арабской весны» - цифровая дипломатия США оказала существенное влияние. Но истоками выступали не только действия секретаря Хилори Клинтон. Необходимо уточнить, что еще в 90-е годы, когда стал появляться «первый» интернет, посольства и консульства США рассылали так называемые «Washington files» - это была информация для специальных подписчиков о внешней политики США. Когда существовала администрация Джорджа Буша младшего была создана платформа для прямого диалога между американского дипломатами и обществами зарубежных стран. США ввели во внешнюю политику необычный феномен – использование социальных сетей для установления прямого контакта с зарубежной целевой аудитории, то есть не нужны были какие-либо договоренности с зарубежными правительствами, так же не нужно было согласие зарубежных стран для установления данного контакта. Конечно, это был новый феномен, который раскрывал возможности для использования социальных сетей в политики и международных отношений.

Стоит сказать, что в 2009-2012 годах большинство стран, не только США, а так же Франция, Германия, Китай, Россия и Иран стремились показать позитивный образ своей страны, продвинуть некие позитивные характеристики своего государства. Не многим удавалось это сделать, но на первом этапе цифровой дипломатии идея о том, что «национальный бренд» государства и позитивных образ нации – являются неким основным продуктом при помощи социальных сетей.

В 2013 году ситуация изменилась, появлялись новые методы и новые инструменты. Однако до появления новых методов, необходимо выделить, какие инструменты использовали страны лидеры в цифровой дипломатии. Так, США действительно стали использовать социальные сети для установления прямого диалога между правительством и зарубежной аудиторией.

Так же, если говорить о цифровой дипломатии первого периода 2009 – 2012 гг., то необходимо выделить некоторые проекты. Чтобы понимать, что происходит сегодня с цифровой дипломатией, необходимо знать, как раньше государства пытались использовать цифровую дипломатию для продвижения своих интересов.

В пример можно привести первое ведомство, которое создали США, малочисленное по числу кадров, но тем не менее крайне эффективное «Digital Outreach Team» [[24]](#footnote-25) - это были специалисты, которые стали отслеживать, что происходит в зарубежной сфере, а точнее сказать, пытались понять какие страны, пользователи или блоггеры распространяют антиамериканизм, чтобы попытаться как-то ответить. Именно тогда самым первым проектом американского правительства оказалась масштабное создание самых разных аккаунтов на самых различных платформах, т.е. началась эпоха экспансии. У американского правительства стояла задача захватить внимание аудитории в самых разных странах, чтобы распространять свой «месседж», идеи и, естественно, свои ценности.

Именно тогда появился еще один феномен, который сегодня является важным феноменом в системе международных отношений, это феномен «ретвита». Политики стали использовать цитирование или «ретвит» для того, чтобы производить некую мобилизацию целевой аудитории и соответственно привлекать группы населения.

Так же для данного периода характерно появление большинства числа негосударственных акторов, которые так же могли оказывать влияние на пользователей социальных сетей. Стоит вспомнить такой феномен как «кибер-диссиденты»[[25]](#footnote-26), которые распространяют информацию направленную против правительств своих стран или против правительств зарубежных стран.

Еще один проект США это массовое создание социальных платформ. Так, например, США создали сайт для афганской молодежи – Paywast, Speak with your fingers[[26]](#footnote-27), так как они осознавали, что необходимо мобилизовать афганскую молодежь, поэтому они создали данную платформу для того, чтобы привлекать внимание и оказывать влияние на афганскую молодежь. Так же целями данной платформы было предотвращение каких-либо радикальных движений, распространение информации об американских ценностях, американском образовании т.д.

Самым значимым проектом, который на данный момент используется самыми различными странами, в частности США, являются так называемые технологические лагеря или «TechCamp».[[27]](#footnote-28) Это идея летней школы, в которой участвуют представители различных компаний – Google, Facebook, которые общаются с лидерами неправительственных организаций самых разных стран. Идея состоит в том, чтобы передать знания в области IT политикам, дипломатам и, естественно, самым разным неправительственным организациям, которые используют на сегодняшний день социальные сети для мобилизации населения в интернете. Данный подход активно используется в США, в Европе, Латинской Америке. Эффективность данного подхода состоит в том, что огромная масса неправительственных организаций получают умения и навыки о том, как использовать социальные сети и как мобилизовать население в интернете вокруг своих ценностей.

Подводя итоги первого периода (2009 – 2012 гг.), не смотря на то, что происходила некая экспансия цифровой дипломатии и многие страны преследовали самые разные политические цели, тем не менее идея о привлекательности, идея о том, что необходимо использовать мягкую силу, чтобы продвигать позитивный образ своей страны – оставались значимыми до 2013 года. Затем ситуация начнет меняться, появится понимание, что вокруг очень много информации, ее источников, что существует пропаганда и «фейки», что не всегда продвижение позитивного образа эффективно для внешней политики. Приходит осознание, что необходимо иногда создавать наступательную цифровую дипломатию, которую потом стали называть стратегической коммуникацией. С 2013 г. концептуальная основа цифровой дипломатии в самых разных странах стала меняться.

##  Цифровая дипломатия: новые вызовы и новые методы.

Методы цифровой дипломатии с 2013 года начали изменяться. Основным изменением был переход от «мягкой силы» к тому, что сегодня называется «sharp power»[[28]](#footnote-29) («острая сила»). Так же стоит выделить следующие методы, которые используют большинство стран, в том числе и США.

Например, одним из методов является критика образа жизни и политики в зарубежных странах. Это происходит, в том случае, когда некие цифровые каналы вместо того, чтобы продвигать собственный позитивный образ, начинают критиковать политику другого государства. Сегодня этот метод оказался настолько эффективным, так как социальные сети сделали возможным оказывать непосредственное влияние на потребителя. Ярким примером критики политики зарубежных стран была реклама канала RT[[29]](#footnote-30). По всему Лондону были развешены рекламные плакаты и билборды с изображением 43-го президента США Джорджа У. Буш и бывшего премьер-министра Соединенного Королевства Тони Блэр.

Рекламная кампания Russia Today "Второе мнение" стартовала в августе 2014 года. Ее целью было: привлечь внимание к важности реального разнообразия мнений в глобальном информационном медиа-пространстве и позиционировать RT как место, где можно найти альтернативные точки зрения на текущие события. Война в Ираке, которая служит темой кампании, является лишь одним из примеров того, что может произойти, когда средства массовой информации слишком охотно соглашаются лишь с односторонней позицией. Более 11 лет спустя десятки тысяч людей в Ираке и других странах заплатили высокую цену за этот консенсус, и конца это не видно.

«RT. Для второго мнения» дебютировал с серией публикаций в Нью-Йорке, затем добавил их в Вашингтоне, округе Колумбия. В первой серии рекламных роликов бывший госсекретарь США Колин Пауэлл обращается к Ассамблее Организации Объединенных Наций с просьбой заручиться поддержкой военных действий против Ирака, а во второй - президент Буш произнес свою речь на борту авианосца ВМС США "Авраам Линкольн" с печально известным баннером "Миссия выполнена" на заднем плане.

Вторым подходом является – обострение противоположных позиций в обществе. Этот подход проявляется в социальных сетях на платформе Twitter или Facebook создаются совершенно противоположные паблики, которые начинают продвигать разные ценности и это оказывает влияние на общество. Впервые в масштабных размерах такой подход стал известен во время президентской избирательной кампании в США в 2016 г.[[30]](#footnote-31), когда некие акторы, т.е. некие группы стали создавать паблики за продвижение легальной миграции и, наоборот, за закрытие границ США. Разгорались споры, обострялась политическая ситуация, люди выходили на различные демонстрации. Многие считают, что это позволило избрать президентом Дональда Трампа.

Следующий подход это – феномен «Youtube», визуализация информации и народной журналистики. Цифровая дипломатия достигла такого уровня развития, что «частные» блоггеры, которые публикуют ролики на Youtube получают больше внимание и являются более доверительными для населения стран, чем новости на телевидение. Например, Russia Today[[31]](#footnote-32) имеет 800 млн. просмотров и 400 млн. фолловеров на Youtube и только сотни тысяч на Facebook и Twitter.

Одним из важных компонентов, на котором сегодня «стоит» вся цифровая дипломатия всех стран – влияние хештега на внешнюю и мировую политику. В течении 2013, 2014, 2015, 2016 годов эксперты отметили, что при помощи хештега, т.е. обозначения значимого события можно привлечь внимание целевой аудитории. Значимым примером являются события связанные с избирательной компанией 2016 года, когда WikiLeaks[[32]](#footnote-33) опубликовала документы из переписки Хилори Клинтон[[33]](#footnote-34), которая являлась кандидатом от демократической партии, тогда стало ясно как ведет себя демократическая партия в отношении других кандидатов, но самое главное, что был запущен указанный хештег #podestaemails. Именно это привлекло миллионы американцев, которые возможно сделали свой выбор не в пользу Хилори Клинтон. И с этого момента стало ясно, что хештег является весьма серьезным политическим инструментом во внешней и мировой политике.

Следующий подход – это Reality show campaign или выплескивание онлайн-дискуссий на улицу. Известным примером является акции протесты в одном из маленьких городков Хьюстоне в Техасе [[34]](#footnote-35). Всё началось с того, что были созданы два паблика на платформе Facebook, которые спорили – надо или не надо строить библиотеку для мусульман, нелегальных иммигрантов и т.д. То есть в данном конфликте кто-то защищал свои локальные ценности, кто-то пытался выступать глобалистом, защищая потоки иммиграции. В итоге случалась акция протеста, и в последующем оказалось, что в планах города не было идеи о строительстве библиотеки. Данные паблики оказались фейковыми, но тем не менее это привело к такому политическому разделению и, конечно, к напряжению в обществе.

Сегодня не утихают дискуссии экспертов о том, как нам надо рассматривать цифровую дипломатию, как оградить одно государство от влияния другого государства при помощи дипломатии, возможно ли это осуществить ? Существует так же другой вопрос – как сохранить свободу слова в социальных сетях ?

Если подвести итоги всей цифровой дипломатии, которая изменилась, модифицировалась, начиная с 2013 года, то можно отметить следующее. Всем стало ясно, что цифровая дипломатия - это эффективный инструмент политического влияния одной страны на другую. Цифровая данного периода подняла самый важный вопрос: как сохранить свободу слова и политическую рекламу в социальных сетях и не нарушить политический консенсус в разных государствах.

##  Твипломаси.

Твипломаси [[35]](#footnote-36) – это цифровая дипломатия, осуществляющаяся через платформу Twitter или другие социальные сети, но поскольку типломаси когда то начала развиваться на платформе Twitter, поэтому и приобрела такое название. Твипломаси можно считать неким истоком цифровой дипломатии, можно сказать, что это прямое общение между лицами государства, между различными известными деятелями культуры дипломатии и т.д.

Начиная с 2006 г. произошел феномен, который до сих пор многие дипломаты не хотят принимать, т.е. «разрушение» традиционной дипломатии или традиционных каналов общения между дипломатами, премьер-министрами и президентами. Что поменялось с появления твипломаси? Не только в Twitter, но так же на платформе Facebook или Youtube любой премьер-министр и президент, который имеет аккаунт мог направить «сообщение» своему коллеге из другой страны, т.е. дипломатия преобразилась в прямой диалог, минуя Министерство Иностранных Дел, огромную бюрократию и т.д. Безусловно, данный «прямой» диалог имел свои минусы и плюсы. Преимущества заключались в прямом общении, а недостатком являлось то, что нейтральный характер, проявляющиеся в поведение глав государств, например, юмор, остроты, замечания, лестные высказывания – это всё могло иметь последствия – оказание негативного влияния на имидж государства, либо имидж политического деятеля.

Примерно к 2016 году твипломаси, как способ политической коммуникации, приобрела более стабильный характер. Многие президенты отрицали существование данного инструмента, а многие, наоборот, активно создавали свои персональные аккаунты, где распространяли свою точку зрения. Начиная с 2017 года, данный инструмент приобрел новый импульс и до сих пор не понятно – позитивный или отрицательный. Новым импульсом можно считать личность Дональда Трампа, т.е. один из первых политических деятелей, который «бросил вызов» не только американскому обществу, а всей цифровой дипломатии. Он вместо «мягкой силы» начал использовать «sharp power», т.е. резкость высказываний, иногда крайне обидные остроты, которые воспринимаются до сих пор как нечто пагубное для дипломатии США и, в общем для системы международных отношений. Однако, его эмоциональность и открытость сделало Трампа весьма популярным, каждый его пост был процитирован 22.000 тысячи раз и «лайкнут» 99.000 раз. Именно поэтому многие политики и политические деятельности последовали его примеру, т.е. начали публиковать некие серьезные замечания в отношении других стран, минуя идею, что дипломатия должна быть уважительным инструментом в традиционных тонах. Действительно, некая агрессивность и острый настрой перестроил всю твипломаси в самых различных странах.

Как феномен появился так же такой эффект как «rebuttal»[[36]](#footnote-37) или эффект «политического хайпа» - он стал частью почти официальной внешней политики дипломатии. «Rebuttal» - это когда дипломаты разных стран вступают в спор, когда острое утверждение «бьется» другим острым утверждением. Более того, этот «политический хайп» вышел за рамки социальных сетей. Так, например, высказывания Марии Захаровой [[37]](#footnote-38) цитируются различными газетами в Германии, Франции, США. Те граждане, которые не используют социальные сети, таким образом, считывают «дипломатический rebuttal», который оказывает непосредственное влияние на массы населения, когда традиционная дипломатия не могла этого сделать.

Еще один поворот в рамках твипломаси случился в январе 2020 г. В традиционной дипломатии очень популярен метод дипломатического сигнализирования [[38]](#footnote-39), так же и в социальных сетях используется данный метод. Например, используя средства массовой информации одно государство может проинформировать дипломатов и политиков другого государства своей позицией, когда не может это сделать в силу каких-либо обстоятельств в прямом дипломатическом диалоге.

Так, было например в 1973 году, когда началась война между Израилем с одной стороны и Сирией, Египтом с другой стороны (Арабо-Израильская война[[39]](#footnote-40)). Советский союз поддерживал Сирию и Египет, а США поддержали Израиль. Чтобы не «обижать» своих союзников, но и не принимать участие в войне, средства массовой информации США передали для СССР дипломатический сигнал, что они выводят своих технических специалистов из Израиля. То же самое сделал Советский Союз в отношении Египта и Сирии, через TASS было передано, что СССР выводит своих военных специалистов. Две страны получили сигнал, что США и СССР не вмешивается в данный конфликт, при этом они пытались заставить своих союзников остановиться. Данный пример показывает традиционное дипломатическое сигнализирование.

Если говорить о нашем времени, то сегодня Twitter, Facebook являются теми платформами, где осуществляется цифровое дипломатическое сигнализирование. Можно считать, что этот метод полностью перешел в сферу социальных медиа. К примеру, необходимо вспомнить конфликт, связанный с Ираном и США в 2020 году [[40]](#footnote-41). Суть данного конфликта состояла в том, что Соединенные Штаты Америки убили одного из военных генералов Ирана, на что Иран ответил атакой на военную базу США в Ираке. Для того, чтобы остановить данный конфликт Дональд Трамп использует Twitter, он направляет дружественные «твиты» по отношению к Ирану. Иран в свою очередь их не игнорирует, а отвечает. Цитирую «твит» Дональда Трампа: «Все хорошо! Ракеты, запущенные из Ирана по двум военным базам, расположенным в Ираке. В настоящее время проводится оценка жертв и ущерба. Пока все хорошо! У нас, безусловно, самые мощные и хорошо оснащенные вооруженные силы в любой точке мира! Завтра утром я выступлю с заявлением». [[41]](#footnote-42) Цитирую так же «твит» Джавада Зарифа, министра иностранных дел в Иране (до 2021 года): «Иран принял и заключил соразмерные меры в целях самообороны в соответствии со статьей 51 Характера ООН, нацелившись на базу, с которой было совершено трусливое вооруженное нападение на наших граждан и высокопоставленных должностных лиц. Мы не стремимся к эскалации или войне, но будем защищаться от любой агрессии.»[[42]](#footnote-43). То есть на данном примере можно увидеть, что происходит некое цифровое сигнализирование, которое работает очень быстро и крайне эффективно.

С другой стороны, сегодня твипломаси это не только дипломатическое сигнализирование, а так же «место борьбы» за «умы и сердца» пользователей в Интернете. Одним из примеров опять является взаимодействие США и Ирана. Сегодня действительно «наступательный твит», на который требуется ответ, он гораздо эффективнее, нежели «твит» на который пользователи отвечают посредством того, что услышали или прочитали. Так, например, после атаки Ирана на военную базу США, Дональд Трамп выкладывает «твит» с флагом США от 03.01.2020 года [[43]](#footnote-44), что являлось своеобразным политическим маневром. В данной ситуации его эксперты и сам Трамп осознали, что необходимо закрепить победу или просто показать, что США якобы «победили». Тогда мир осознал, что США «записали» на себя победу. Иран был вынужден ответить своим флагом[[44]](#footnote-45), однако, «по закону» социальный сетей ответ не прозвучал достаточно эффективно и убедительно. В итоге то, что известно о событиях во внешней политики в данной международной ситуации, весь мир осознал, что в данной ситуации США победили.

Другими словами сегодня твипломаси – это серьезный эффективный инструмент, но его база должна быть основа на масштабном количестве институциональных и личных аккаунтов. То есть институциональные аккаунты – это создание различных профайлов, министерств, ведомств одного государства для распространения информации по всему миру. Более того миллион правительственных аккаунтов может оказывать влияние на миллиарды пользователей. Сегодняшнее тенденция – это создание институциональных аккаунтов, которые подкрепляются личными аккаунтами.

## Выводы.

На основе проанализированных примеров, необходимо сделать вывод, что сейчас влияние социальных сетей на политику государств огромное. В связи с развитием интернета появляются новые методы, которые позволяют политическим деятелям регулировать дипломатические отношения в интернете, обретать дипломатические связи с зарубежными государственными деятелями посредствам пару «твитов». Но на почве возрастания преобладания социальных сетей во многих жизненных сферах, так же увеличиваются конфликты в политической сфере из-за огромного влияния СМИ, различных платформ, таких как Twitter, Facebook, Youtube.

# Глава 2. Использование «big data» (больших данных) в дипломатии.

## 2.1. Большие данные и основные функции дипломатии.

Исследователи дипломатии склонны определять дипломатическую практику как "диалог между государствами"[[45]](#footnote-46), т.е. это специализированная деятельность, осуществляемая избранными должностными лицами, которые пользуются особыми привилегиями и иммунитетами. Гарольд Николсон, известный дипломат и ученый начала ХХ века, описывал дипломатию как "управление отношениями между независимыми государствами посредством процесса переговоров"[[46]](#footnote-47). Ее цель состоит в том, чтобы позволить государствам обеспечить достижение целей своей внешней политики. Данная цель достигается в основном путем общения между профессиональными дипломатическими агентами и другими официальными лицами, направленного на достижение соглашений[[47]](#footnote-48). С появлением новых акторов и новых процессов на международном уровне эта традиционная перспектива в определенной степени изменилась, в ней появились нетрадиционные дипломаты и более инклюзивные процессы, руководствующиеся принципами многостороннего участия. Новые технологии, в первую очередь Интернет, являются одной из движущих сил этой тенденции.

Необходимо рассмотреть некоторые возможности и вызовы больших данных для традиционной практики дипломатии между официальными лицами государств, сосредоточившись на основных функциях дипломатии - сбор информации и дипломатическая отчетность, переговоры, коммуникация и публичная дипломатия и т.д.

Большие данные играют свою роль во всех этих областях, хотя еще предстоит выяснить, действительно ли большие данные произведут революцию в основных видах дипломатической деятельности? Хоть большие данные могут обеспечить понимание, которое недоступно на основе более «традиционных данных», эти знания вряд ли коренным образом изменят практику дипломатии. Скорее, большие данные смогут дополнить качественную оценку и более традиционные методы. Конечно основные функции дипломатии, скорее всего, останутся неизменными, большие данные смогут сделать их более эффективными и информированными, оспаривая предвзятости и предположения, дополняя знания и человеческие суждения дипломата.

## 2.2. Сбор информации и дипломатическая отчетность.

Сбор информации и дипломатическая отчетность имеют центральное значение для дипломатии. На основе этой деятельности, МИДы имеют возможность принимать обоснованные решения в отношении стратегии, политики, коммуникации и переговоров с партнерами. Большие данные важны, постольку они поддерживают эти функции, предоставляя более качественные данные в роли основы для принятия стратегических и политических решений. Большие данные могут способствовать сбору информации и дипломатической отчетности, по крайней мере, четырьмя способами:

- Обеспечить более широкую картину, дополняющую качественные данные.

- Подтверждать существующую информацию.

- Оспаривать устойчивые предположения.

- Генерировать сведения, которые иначе недоступны.

Полезность больших данных в этих областях демонстрирует пример на основе событий в США. В 2016-2017 гг. произошла резкая популяризация концепции больших данных, когда внимание западных исследователей было приковано к прошедшим президентским выборам в США. Американские государственные деятели, политологи и журналисты заговорили о том, что произошло зарубежное вмешательство в избирательных процесс США. Они утверждали, что была ярко выражена активность «интернет-троллей» в социальных сетях, так же отмечали киберпреступления России и Китая, как новый фактор внутриполитической дестабилизации США[[48]](#footnote-49). Из-за данных событий в 2017 году была опубликована «Стратегия национальной безопасности», подготовленная администрацией избранного президента Дональда Трампа. Данная стратегия провозгласила начало борьбы с киберпреступностью посредством «серьезных санкций» в отношении иностранных правительств, осуществляющих вредоносную деятельность в американском интернет-сегменте.[[49]](#footnote-50)

Так же из-за событий 2016-2017 гг., в 2018-2020 гг. США активизировали проекты цифровой дипломатии, использование которых ранее осуждали [[50]](#footnote-51). Обработка больших данных и применение искусственного интеллекта для подготовки моментальных эффективных постов и «контр-месседжей», убедительных ответов на комментарии пользователей, поиска источников фейковой информации и «интернет-троллей» являются бесценным оружием информационных войн и «трендами 2020-х гг.»[[51]](#footnote-52). Например, началась активизация таргетированной рекламы в российском сегменте социальных сетей. Федеральное бюро расследований (ФБР) стало публиковать баннеры с призывами помочь руководству США «полезной информацией»[[52]](#footnote-53).

Обработкой получаемых данных от всей интернет-активности целевой аудитории занимаются специалисты Центра глобального взаимодействия (Global Engagement Centre), созданного Госдепартаментом США для борьбы с пропагандой и дезинформацией иностранных государств. Центр аккумулирует данные о масштабах информационной деятельности России, Китая, Ирана и других стратегических противников США, формирует стратегию американской цифровой дипломатии и осуществляет поиск компаний-поставщиков компьютерного софта для формирования проектов по уничтожению пропаганды конкурентов в социальных сетях.[[53]](#footnote-54)

Именно такая активность и вызывает особый научный интерес к мнению американских специалистов о феномене дата-дипломатии, се потенциале, возможностях и вызовах.

Государственный департамент США так же подчеркивает важность дипломатии больших данных. Большие данные позволяют изучать социальные сети для понимания иностранной поддержки экстремистских групп; изучать геопространственные данные для понимания динамики конфликтов в зонах военных действий; создавать информационные панели для отслеживания последних событий. Государственный департамент США утверждает, что «использование возможностей объемных и сложных наборов данных (больших данных) может дать более значимые выводы, необходимые для принятия обоснованных решений, решения проблем и анализа рисков»[[54]](#footnote-55).

## 2.3. Анализ социальных сетей.

Одним из источников больших данных с наибольшей пользой для МИД являются социальные сети, в основном из-за относительной простоты доступа к ним и их использования для анализа, а также их убедительной силы, обусловленной миллионами твитов, постов и другого контента, на котором они основаны. Фактически, за одну минуту в мире регистрируется 900 000 пользователей Facebook, отправляется почти 500 000 твитов и загружается почти 50 000 постов в Instagram.[[55]](#footnote-56)

Как выглядит анализ больших данных в социальных сетях:

- Анализ мнений и взглядов (opinion mining) – заключается в работе с текстами и изучении часто употребляемых слов, терминов и эпитетов, что формирует знание о содержании постов и комментариев.[[56]](#footnote-57)

- Сентимент-анализ (sentiment analysis) – крайне эффективен для оценки закономерностей в поведении пользователей. Комбинация обработки естественного языка, вычислительной лингвистики и текстового анализа, анализа текста для извлечения «субъективной информации в исходном материале»[[57]](#footnote-58).

- Сетевой анализ (network analysis) – применяется для поиска ключевых блоггеров и каналов международного вещания, которые создают информационный дискурс. Данный анализ основан на данных Твиттера.

- Отслеживание хэштега (hashtag tracking) – данный анализ отслеживает использование хэштега в Twitter или на платформах социальных сетей. Просматривая на его распространение в сети и количественные изменения в его использовании с течением времени могут дать представление о развитии дебатов и о том, какое значение тема приобрела среди общественности. Подобная аналитическая деятельность позволяет выявлять закономерности в международных отношениях, повышает эффективность действующих методов цифровой дипломатии и кардинально меняет «дипломатический ландшафт» мировой политики[[58]](#footnote-59).

## 2.4. Анализ социальных сетей на практике: Раскрытие связей между странами.

Интересным примером использования анализа социальных сетей для понимания связей между странами является проект «Mapping the World's Friendships» (рис. 1). Страны сортируются по сочетанию количества дружеских связей в Facebook между странами и общему количеству дружеских связей в Facebook в данной стране[[59]](#footnote-60).

Полученные карты показывают эмоциональные, социальные, экономические и исторические связи между странами. Диаспоры, а также прошлые колониальные отношения также становятся видимыми. Например, Маршалловы острова имеют тесные связи с непосредственным географическим окружением, но имеют самую сильную связь с США (рис. 1), что можно объяснить прошлым историей этих двух стран.

Этот анализ может способствовать получению ряда дипломатических знаний, в том числе:

- Понимание ключевых вопросов в общественных дебатах в стране и за рубежом по данной теме.

- Понимание лидеров общественного мнения и влиятельных лиц в стране и за рубежом по данной теме.

- Мониторинг общественных движений в стране и за рубежом, особенно во время кризиса и беспорядков.



**Рис. 1. Отображение дружеских отношений в мире – отношения между Маршалловыми островами и США.[[60]](#footnote-61)**

Таким образом, социальные медиа могут дать представление о тех слоях общества, к которым дипломаты могут не иметь доступа или в которых они обычно не участвуют. Это связано с оговоркой, что любой анализ социальных сетей может дать представление только о тех слоях общества, которые подключены к Интернету и активно используют социальные сети, и поэтому он может быть предвзятым по отношению к определенным возрастным группам, уровням дохода и образования. При этом традиционные формы сбора данных могут быть подвержены аналогичным проблемам репрезентативности, поскольку они зависят от размеров выборки, которые минимальны по сравнению с огромным количеством анализируемых данных, которые предоставляют платформы социальных медиа. Конечно, идеального метода анализа не существует, рекомендуется объединять данные социальных сетей с другими источниками информации, чтобы получить максимально точную картину.

## 2.5. Коммуникация и публичная дипломатия.

Коммуникационная функция дипломатии (включая публичную дипломатию) в общем смысле выигрывает от улучшения сбора информации и дипломатической отчетности. Наиболее сильный потенциал анализа больших данных заключается в:

* понимание дискурса, восприятия и поведения тех, с кем общаются;
* способность адаптировать сообщения к получателям;
* возможность измерить эффективность коммуникационного сообщения или кампании, и на основе этого принять решение о распределении ресурсов.

Что касается первого пункта, то старая поговорка "знай свою аудиторию" приобретает новый смысл в области больших данных. Анализ социальных сетей, в частности, может помочь лучше выбрать целевую аудиторию и составить сообщение, которое отвечает их ключевым проблемам и потребностям. Более того, многие платформы социальных сетей предоставляют возможность определять сообщение в зависимости от демографической группы или группы интересов.

В самих социальных сетях анализ хэштегов (hashtag tracking) может помочь дипломатам установить связь с желаемой аудиторией и высказать ключевые проблемы. Однако качество сообщения также зависит от хорошо обученного персонала, а эффективность коммуникации будет зависеть от того, как отдел коммуникации сможет объединить новые возможности технологий с искусством создания правильного сообщения. Результаты анализа больших данных могут быть полезным руководством, но не могут заменить обученный персонал отдела коммуникаций.

Более интересным в отношении ценности анализа больших данных является второй упомянутый момент. В условиях сокращения государственного финансирования и бюджетных ограничений, с которыми сталкиваются МИДы, анализ больших данных в социальных сетях может способствовать оценке эффективности коммуникационного сообщения. Он может ответить на такие вопросы, как: была ли достигнута желаемая аудитория и какое воздействие оказывает сообщение? Кроме того, он может помочь разработать коммуникационные кампании с большим воздействием и, таким образом, способствовать более эффективному распределению ресурсов.[[61]](#footnote-62) Публичная дипломатия в значительной степени зависит от наличия данных. Большие данные могут произвести революцию в общественной дипломатии, проводимой в социальных сетях, по четырем направлениям:

- Анализ дискурса и настроений иностранного и отечественного населения.

- Выявление влиятельных лиц в социальных сетях.

- Адаптация сообщений в социальных сетях для целевых групп.

- Мониторинг эффективности публичной дипломатии кампании в социальных сетях.

С целью улучшения восприятия иностранной общественности, первым шагом является анализ образа страны за рубежом и того, как он формируется. Публичная дипломатия зависит от умения слушать, а слушать можно путем измерения общественного мнения и анализа зарубежных СМИ. Социальные медиа играют все более важную роль в публичной дипломатии, поскольку они дают возможность более легко установить связь с большим количеством людей. Они предоставляют огромное количество данных, которые можно собрать и проанализировать. Например, анализ настроений (sentiment analysis) может быть проведен на данных социальных сетей, чтобы проанализировать отношение к определенным вопросам, регионам или странам. Сетевой анализ (network analysis) может указать на влиятельных лиц и тех, кто формирует повестку дня, и вместе с социальным медиа, этот метод может помочь в создании целевых сообщений.

Анализ социальных медиа становится прибыльной нишей для консультантов и платформ, которые анализируют популярность социальных медиа с течением времени, предоставляя красивые графики разговоров в социальных сетях вокруг определенных тем в различных географических областях, предназначенные для бизнеса и других заинтересованных субъектов. Тем не менее, вопрос остается открытым: как министерство может узнать, оказывает ли оно реальное влияние на свою целевую аудиторию? Можно ли это определить только по количеству лайков на Facebook и подписчиков в Twitter? Как обсуждается страна или правительство в социальных сетях, и являются ли их пользователи репрезентативными для населения?

Одни лишь цифры не дают полной картины, поскольку большинство пользователей могут не читать сообщения и не взаимодействовать с аккаунтами в социальных сетях. Сложная коммуникация между платформами не всегда может быть легко уловлена. Изучение публичной дипломатии в социальных сетях становится все более популярным методом, все еще пытаются найти подходящий метод исследования, способный отразить всю сложность коммуникации в социальных сетях и оценить вовлеченность и участие.[[62]](#footnote-63)

Это осознание привело к некоторому скептицизму в отношении использования данных социальных сетей для мониторинга общественной дипломатии, особенно когда их анализ проводится внешними консультантами. Исследователи даже утверждают, что «использование публичной дипломатией все более сложных аналитических технологий - поскольку они отражают и еще больше фетишизируют политические отношения и предпочтительные нарративы - закрепляет нечто, совершенно отличное от внешней политики, действительно ориентированной на мир, безопасность и развитие»[[63]](#footnote-64). Несмотря на свои ограничения и недостатки, анализ социальных сетей, вероятно, является одним из самых простых способов понять, как воспринимается страна, правительство или министерство. Государственный департамент США использует мониторинг социальных сетей в режиме реального времени через подразделение быстрого реагирования Бюро общественных дел («Bureau of Public Afairs’ Rapid Response Unit»). В нем работает группа, которая реагирует на события в социальных сетях, которые могут повлиять на национальные интересы США.[[64]](#footnote-65)

## 2.6. Убедительны ли данные?

Большие данные можно использовать не только для анализа тенденций в социальных сетях, но и для распространения результатов исследований больших данных в МИДе через социальные сети. Однако, похоже, что использование данных для обоснования аргументов становится все менее популярным. Президентские выборы 2016 года в США, и особенно неспособность опросов точно предсказать их исход, породили постоянный поток скепсиса по отношению к статистике и анализу данных. Последние исследования утверждают, что широкая общественность в США и Великобритании все больше не доверяет данным и статистике, предоставляемым правительствами. Например, в октябре 2016 года - за месяц до американских опрос показал, что 43,6% граждан США в некоторой степени или полностью не доверяют «данным об экономике, которые сообщает федеральное правительство».[[65]](#footnote-66)

## Выводы.

Большие данные способны внести свой вклад в дипломатию различными способами. Для основных функций дипломатии - сбор информации и дипломатическая отчетность, переговоры, коммуникация и публичная дипломатия - большие данные способны внести свой вклад в понимание и сделать определенные процессы более эффективными и результативными. Однако актуальность больших данных в этой области в значительной степени зависит от того, в какой степени эти процессы направляются в первую очередь человеческими качествами, такими как межличностные отношения, эмпатия, опыт и экспертные знания. Во всех случаях большие данные поддерживают процессы и деятельность, но не изменяют их коренным образом.

Что касается сбора информации, то сочетание растущего объема данных и информации, публично доступных в Интернете, и роста возможностей и экономичности вычислительных мощностей дало дипломатам возможность исследовать новые области информации, которые ранее были недоступны, будь то общественные дискуссии в социальных сетях или многочисленные тексты и документы, опубликованные в Интернете. Те же вычислительные системы способны лучше анализировать большой объем информации, которая уже находится в МИД, например, отчеты, составленные за многие годы, которые теперь оцифрованы, что дает новые возможности для получения информации, например, на основе дипломатической отчетности. Можно утверждать, что большие данные могут способствовать сбору информации, предоставляя более широкую картину, которая дополняет другие качественные данные, подтверждая существующую информацию, оспаривая существующие предположения и генерируя данные, которые иначе недоступны. Способы сбора информации с помощью больших данных включают анализ социальных сетей, анализ текста дипломатических отчетов и других письменных материалов, а также анализ поведения избирателей и политических решений в прошлом.

Хотя дипломатические доклады имеют количественный характер, информация, собранная на основе больших данных, может выполнять вспомогательную функцию и включаться в них подобно тому, как в некоторых докладах используются статистические данные.

# Заключение

Во введении к данной работе нами была обозначена цель – изучить цифровизацию международных отношений, т.е. то, как социальные сети влияют на политику и международные отношения США уже как более 20 лет, а так же феномен «big data diplomacy». Цель решалась последовательно, через выполнение задач исследования.

На основе проанализированного исследования, можно сделать вывод о том, что интернет-пространство в общем и социальные сети, в частности, являются эффективным инструментом в формировании политической силы любого субъекта политики. Чем больше будут развиваться социальные сети, тем активнее их будут использовать политики и государственные деятели. Это современный и весьма долговременный политический тренд.

﻿﻿﻿Социальные сети так же наиболее активно используются в период подготовки выборов различных органов власти.

﻿﻿﻿Сегодня именно социальные сети позволяют гражданам и обществу наиболее эффективно и быстро доносить до власти свои интересы. Не исключено, что в ближайшее время реальная политика почти полностью может переместиться в интернет пространство.

Так же внедрение технологий в дипломатию США стало основой для создания нового механизма регулирования и воспроизведения внешнеполитического влияния – дипломатии данных. Аналитика больших данных о зарубежной аудитории, развитие искусственного интеллекта, задействование интернет-троллей и чат-ботов, подготовка «дата-дипломатов» и коалиционные программы кибербезопасности со всем западным сообществом – новая тенденция американской внешней политики.

Уже сейчас подобные нововведения помогают США достигать значительных результатов. Американские специалисты успешно работают в сфере развития искусственного интеллекта как для анализа зарубежной аудитории ради собственных проектов публичной дипломатии, так и для информационного противоборства с публичной дипломатии Китая, России и других конкурирующих стран.

Коллаборация новых технологий, аналитики цифровых данных, киберстратегий и дипломатической службы является главными доказательствами данного явления. Поэтому стоит отметить необходимость дальнейшего изучения дипломатии данных, её методов, проектов и роли во внешней политике США.

# Список использованных источников и литературы

**Источники**

1. Интернет-портал Wikipedia, [Электронный ресурс]. URL:[https://ru.wikipedia.org/wiki/Цифровая\_дипломатия](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A6%D0%B8%D1%84%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%8F_%D0%B4%D0%B8%D0%BF%D0%BB%D0%BE%D0%BC%D0%B0%D1%82%D0%B8%D1%8F) (дата обращения 21.03.23)

Интернет-портал «Многотекстару», статья: «Война идей, или Digital Outreach Team», [Электронный ресурс]. URL: <https://mnogoteksta.ru/vojna-idej-ili-digital-outreach-team/> (дата обращения: 21.03.23)

Новостной портал TAСС Наука, [Электронный ресурс]. URL: <https://nauka.tass.ru/nauka/6816477?utm_source=yandex.ru&utm_medium=organic&utm_campaign=yandex.ru&utm_referrer=yandex.ru> (дата обращения 22.03.23)

Новостной портал LENTA.RU, статья «WikiLeaks опубликовал очередную порцию переписки главы штаба Клинтон»,[Электронный ресурс]. URL: <https://lenta.ru/news/2016/10/16/podestaletters/> (дата обращения 22.03.23)

Новостной портал «DailyStorm», статья «В Deutsche Welle ответили на предложение Захаровой о самороспуске медиакомпании», [Электронный ресурс]. URL: <https://dailystorm.ru/news/v-deutsche-welle-otvetili-na-predlozhenie-zaharovoy-o-samorospuske-mediakompanii> (дата обращения 22.03.23)

Интернет-портал OZlib.com, «метод дипломатического сигнализирования» [Электронный ресурс].

URL:<https://ozlib.com/849200/sotsium/informatsionnye_programmy_traditsionnye_tsifrovye> (дата обращения 22.03.23)

Электронный ресурс, «Вооруженные конфликты Египта с Израилем» (1967-1974 гг.) – Военная литература.URL: <http://militera.lib.ru/h/20c2/17.html> (дата обращения 22.03.23)

Новостной портал Известия IZ, статья «Представитель Ирана опубликовал флаг в Twitter после ударов по базам США», [Электронный ресурс]. URL: <https://iz.ru/962000/2020-01-08/predstavitel-irana-opublikoval-flag-v-twitter-posle-udara-po-baze-ssha> (дата обращения 22.03.03)

Госдеп США: структура и функции. [Электронный ресурс]: США/USA СОЕДИНЕННЫЕ ШТАТЫ АМЕРИКИ. URL: <https://state-usa.com/system/234-gosdep> (дата обращения: 27.03.23)

Интернет-портал TechCamp. [Электронный ресурс]. URL:<https://techcamp.america.gov/> (дата обращения 21.03.23)

Интернет-портал PayWast, [Электронный ресурс]. URL: <https://paywast.af/> (дата обращения 21.03.23)

Интернет-портал рекламной компании RT « For the second opinion». URL: <https://secondopinion.rt.com/> (дата обращения 22.03.23)

Russia Today новостной портал, [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rt.com/> (дата обращения 22.03.23)

Интернет-портал WikiLeaks, [Электронный ресурс]. URL: <https://wikileaks.org/> (дата обращения 22.03.23)

Новостной портал CNN, [Электронный ресурс]. URL:<https://edition.cnn.com/2017/10/05/politics/heart-of-texas-russia-event/index.html> (дата обращения 22.03.23)

Информационный портал Twiplomacy, [Электронный ресурс]. URL: <https://www.twiplomacy.com/> (дата обращения 22.03.23)

Новостной портал «France 24», статья «Germany, EU hit out at US over US sanctions on Russian gas pipeline»,[Электронный ресурс]. URL: <https://amp.france24.com/en/20191221-germany-eu-hit-out-at-us-over-us-sanctions-on-russian-gas-pipeline>.

Новостной портал NDTV, статья «"So Far, So Good": Trump After Iran Missile Strike At US-Iraqi Airbases», [Электронный ресурс]. URL: <https://www.ndtv.com/world-news/donald-trump-tweets-all-is-well-after-iran-fires-missiles-at-2-military-bases-in-iraq-used-by-us-for-2160427> (дата обращения 22.03.23)

Социальная сеть Twitter, публикация Дональда Трампа, [Электронный ресурс]. URL:https://twitter.com/realDonaldTrump/status/1214739853025394693(дата обращения 22.03.23)

Новостной портал ARYNEWS, статья «IRAN CONCLUDES PROPORTIONATE MEASURES, FM JAVAD ZARIF SAYS AFTER ATTACK», [Электронный ресурс]. URL:<https://arynews.tv/iran-concludes-proportionate-measures-fm-javad-zarif-after-attack/> (дата обращения 22.03.03)

Социальная сеть Twitter, публикация Дональда Трампа от 03.01.2020,[Электронный ресурс]. URL:<https://twitter.com/realDonaldTrump/status/1212924762827046918> (дата обращения 22.03.03)

Courtney W., Libicki M. How to Counter Putin's Subversive War on the West [Electronic resource] // RAND. 2016. Aug. 01. URL: <https://www.rand.org/blog/2016/08/how-to-counter-putins-subversive-war-on-the-west.html> (date of treatment 27.03.23);

United States Efforts to Counter Russian Disinformation and Malign Influence. 2019 [Electronic recourse]. URL: <https://www.brookings.edu/testimonies/u-s-efforts-to-counter-russian-disinformation-and-malign-influence/> (date of treatment 27.03.23)

Can Public Diplomacy Survive the Internet? |Electronic resource] // The Department of State. ACPD Special Report. 2017. URL: <https://www.state.gov/can-public-diplomacy-survive-the-internet/> (date of treatment 27.03.23)

Desjardins J (2017) What happens in an internet minute in 2017? World Economic Forum, 31 August. [Electronic resource] URL: <https://www.weforum.org/agenda/2017/08/what-happens-in-an-internet-minutein-2017> (date of treatment 27.03.23).

Stamen Mapping the World’s Friendship Project. [Electronic resource]. URL: <https://stamen.com/work/facebook-mapping-the-worldsfriendships/> (date of treatment 27.03.23)

**Литература**

Кузнецов Н.М. Актуальные методы цифровой дипломатии США в отношении // Россия и мир: Мировая экономика и международные отношения в эпоху многополярного мира: Сб. науч. статей / Под ред. О.В. Архиповой, А.И. Климина. СПб: Фора-принт, 2020. С.98 -111. URL:<https://www.elibrary.ru/item.asp?id=44129893> (дата обращения 27.03.23)

Козырев А.А. Статья «Почему социальные сети являются инструментом политической власти?» // Вестник Кемеровского государственного университета 2015 №2 (62) Т.2 04.03.2015 Политические науки и социология УДК 32.019.51. URL:[https://cyberleninka.ru/article/n/pochemu-sotsialnye-seti-yavlyayutsya instrumentom-politicheskoy-vlasti/viewer](https://cyberleninka.ru/article/n/pochemu-sotsialnye-seti-yavlyayutsya%20instrumentom-politicheskoy-vlasti/viewer) (дата обращения 30.04.23)

Леонова О.Г. Джозеф Най и «мягкая сила»: попытка нового прочтения // Журнал «Социально-гуманитарные знания. Ред.журн. 2018 URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/dzhozef-nay-i-myagkaya-sila-popytka-novogo-prochteniya/viewer> (дата обращения 21.03.23)

Цветкова Н.А. Феномен цифровой дипломатии в международных отношениях и методология его изучения / / Вестник РГГУ. Серия «Политология. История. Международные отношения». 2020. М 2. С. 37-47. URL: <https://politicalscience.rsuh.ru/jour/article/view/286> (дата обращения 27.03.23)

Batrinca B & Treleaven PC (2015) Social media analytics: a survey of techniques, tools and platforms. AI & SOCIETY 30(1), pp 89–116. URL:<https://www.researchgate.net/publication/272591009_Social_media_analytics_A_survey_of_techniques_tools_and_platforms> (date of treatment 27.03.23)

Bean H & Comor E (2017) Data-driven public diplomacy: A critical and relexive assessment. All Azimuth, 0(0), pp. 1- 16 URL: <https://www.researchgate.net/publication/317608504_Data-Driven_Public_Diplomacy_A_Critical_and_Reflexive_Assessment> (date of treatment: 08.04.23)

Berridge GR (2015) Diplomacy. Theory and Practice, 5th ed. Houndmills, Basingstoke, UK: Palgrave Macmillan.

URL:[https://www.defence.lk/upload/ebooks/G.%20R.%20Berridge%20(auth.)Diplomacy\_%20Theory%20and%20Practice-Palgrave%20Macmillan%20UK%20(2015).pdf](https://www.defence.lk/upload/ebooks/G.%20R.%20Berridge%20%28auth.%29Diplomacy_%20Theory%20and%20Practice-Palgrave%20Macmillan%20UK%20%282015%29.pdf) (date of treatment 27.03.23)

Di Martino L (2016) Cross-platform communication and digital methods: an example. Personal blog, 9 July. URL: [Cross-platform communication and Digital Methods: an example – Luigi Di Martino](https://luigidimartino.com/2016/07/09/cross-platform-communication-and-digital-methods-an-example/) (date of treatment 08.04.23)

Edison Research (2016) Marketplace Survey Wave Four - Banner 1, October 2016. URL: <https://cms.marketplace.org/sites/default/iles/anxiety-index-data.pdf> (date of treatment 08.04.23)

Freeman CWJ (1993) Diplomat’s Dictionary. Washington, DC: National Defense University Press. p. 101 URL: <https://archive.org/details/diplomatsdiction0000free/mode/2up> (date of treatment: 27.03.23)

Hocking B & Melissen M (2015) Diplomacy in the Digital Age.Clingendael Report, p. 16.URL:<https://www.clingendael.org/sites/default/files/pdfs/Digital_Diplomacy_in_the_Digital%20Age_Clingendael_July2015.pdf> (date of treatment 08.04.23)

Hanson F (2012) Public Diplomacy @ State. E-International Relations, 26 October. URL: <https://www.e-ir.info/pdf/29059> (date of treatment 08.04.23)

Jacobson, B., Hone, C., Kurbalija, J. (2018), “Data Diplomacy”, Updating Diplomacy to the Big Data Era, DiploFoundation, Geneva, Switzerland. URL:<https://www.academia.edu/35938720/Data_Diplomacy_Updating_diplomacy_to_the_big_data_era> (date of treatment 27.03.23)

«National Security Strategy [Electronic resource] // The White House 2017 Dec. URL: <https://trumpwhitehouse.archives.gov/wp-content/uploads/2017/12/NSS-Final-12-18-2017-0905.pdf> (date of treatment 27.03.23)

Pigman GA (2010) Contemporary Diplomacy: Representation and Communication in a Globalized World. Cambridge, MA: Polity, p. 10. URL: <https://library.villanova.edu/Find/Record/1280187> (date of treatment: 27.03.23)

1. United States Efforts to Counter Russian Disinformation and Malign Influence. 2019 [Electronic recourse]. URL: <https://www.brookings.edu/testimonies/u-s-efforts-to-counter-russian-disinformation-and-malign-influence/> (date of treatment 27.03.23) [↑](#footnote-ref-2)
2. Цветкова Н.А. Феномен цифровой дипломатии в международных отношениях и методология его изучения / / Вестник РГГУ. Серия «Политология. История. Международные отношения». 2020. М 2. С. 37-47. URL: <https://politicalscience.rsuh.ru/jour/article/view/286> (дата обращения 27.03.23) [↑](#footnote-ref-3)
3. Интернет-портал PayWast, [Electronic resource] URL: <https://paywast.af/> (дата обращения 30.04.23) [↑](#footnote-ref-4)
4. Интернет-портал TechCamp, [Electronic resource] URL: <https://techcamp.america.gov/> (дата обращения 30.04.23) [↑](#footnote-ref-5)
5. Интернет-портал рекламной компании RT « For the second opinion». [Electronic resource]URL: <https://secondopinion.rt.com/> (дата обращения 30.04.23) [↑](#footnote-ref-6)
6. Информационный портал Twiplomacy, [Electronic resource] URL: <https://www.twiplomacy.com/> (дата обращения 30.04.23) [↑](#footnote-ref-7)
7. Интернет-портал WikiLeaks, [Electronic resource]. URL: <https://wikileaks.org/> (дата обращения 30.04.23) [↑](#footnote-ref-8)
8. Stamen Mapping the World’s Friendship Project. [Electronic resource]. URL: <https://stamen.com/work/facebook-mapping-the-worldsfriendships/> (date of treatment 30.04.23) [↑](#footnote-ref-9)
9. Pigman GA (2010) Contemporary Diplomacy: Representation and Communication in a Globalized World. Cambridge, MA: Polity, p. 10. URL: <https://library.villanova.edu/Find/Record/1280187> (date of treatment: 30.04.23) [↑](#footnote-ref-10)
10. Jacobson, B., Hone, C., Kurbalija, J. (2018), “Data Diplomacy”, Updating Diplomacy to the Big Data Era, DiploFoundation, Geneva, Switzerland. [Electronic resource].

URL:<https://www.academia.edu/35938720/Data_Diplomacy_Updating_diplomacy_to_the_big_data_era> (date of treatment 30.04.23) [↑](#footnote-ref-11)
11. «National Security Strategy [Electronic resource] // The White House 2017 Dec. URL: <https://trumpwhitehouse.archives.gov/wp-content/uploads/2017/12/NSS-Final-12-18-2017-0905.pdf> (date of treatment 27.03.23) [↑](#footnote-ref-12)
12. Статья Леонова О.Г. Джозеф Най и «мягкая сила»: попытка нового прочтения. // Журнал «Социально-гуманитарные знания. Ред.журн. 2018 URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/dzhozef-nay-i-myagkaya-sila-popytka-novogo-prochteniya/viewer> (дата обращения 30.04.23) [↑](#footnote-ref-13)
13. Цветкова Н.А. Феномен цифровой дипломатии в международных отношениях и методология его изучения / / Вестник РГГУ. Серия «Политология. История. Международные отношения». 2020. М 2. С. 37-47. URL: <https://politicalscience.rsuh.ru/jour/article/view/286> (дата обращения 30.04.23) [↑](#footnote-ref-14)
14. Кузнецов Н.М. Актуальные методы цифровой дипломатии США в отношении // Россия и мир: Мировая экономика и международные отношения в эпоху многополярного мира: Сб. науч. статей / Под ред. О.В. Архиповой, А.И. Климина. СПб: Фора-принт, 2020. С.98 -111. URL:<https://www.elibrary.ru/item.asp?id=44129893> (дата обращения 30.04.23) [↑](#footnote-ref-15)
15. Козырев А.А. Статья «Почему социальные сети являются инструментом политической власти?» // Вестник Кемеровского государственного университета 2015 №2 (62) Т.2 04.03.2015 Политические науки и социология УДК 32.019.51. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/pochemu-sotsialnye-seti-yavlyayutsya-instrumentom-politicheskoy-vlasti/viewer> (дата обращения 30.04.23) [↑](#footnote-ref-16)
16. Pigman GA (2010) Contemporary Diplomacy: Representation and Communication in a Globalized World. Cambridge, MA: Polity, p. 10. URL: <https://library.villanova.edu/Find/Record/1280187> (date of treatment: 30.04.23) [↑](#footnote-ref-17)
17. Jacobson, B., Hone, C., Kurbalija, J. (2018), “Data Diplomacy”, Updating Diplomacy to the Big Data Era, DiploFoundation, Geneva, Switzerland. [Electronic resource].

URL:<https://www.academia.edu/35938720/Data_Diplomacy_Updating_diplomacy_to_the_big_data_era> (date of treatment 30.04.23) [↑](#footnote-ref-18)
18. Hocking B & Melissen M (2015) Diplomacy in the Digital Age.Clingendael Report, p. 16. [Electronic resource] URL:<https://www.clingendael.org/sites/default/files/pdfs/Digital_Diplomacy_in_the_Digital%20Age_Clingendael_July2015.pdf> (date of treatment 30.04.23) [↑](#footnote-ref-19)
19. Batrinca B & Treleaven PC (2015) Social media analytics: a survey of techniques, tools and platforms. AI & SOCIETY 30(1), pp 89–116. [Electronic resource]

URL:<https://www.researchgate.net/publication/272591009_Social_media_analytics_A_survey_of_techniques_tools_and_platforms> (date of treatment 30.04.23) [↑](#footnote-ref-20)
20. Bean H & Comor E (2017) Data-driven public diplomacy: A critical and relexive assessment. All Azimuth, 0(0), pp. 1- 16 URL: <https://www.researchgate.net/publication/317608504_Data-Driven_Public_Diplomacy_A_Critical_and_Reflexive_Assessment> (date of treatment: 30.04.23) [↑](#footnote-ref-21)
21. Hanson F (2012) Public Diplomacy @ State. E-International Relations, 26 October. URL: <https://www.e-ir.info/pdf/29059> (date of treatment 30.04.23) [↑](#footnote-ref-22)
22. Интернет-портал Wikipedia, URL: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Цифровая\_дипломатия](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A6%D0%B8%D1%84%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%8F_%D0%B4%D0%B8%D0%BF%D0%BB%D0%BE%D0%BC%D0%B0%D1%82%D0%B8%D1%8F) (дата обращения 21.03.23) [↑](#footnote-ref-23)
23. Статья Леонова О.Г. Джозеф Най и «мягкая сила»: попытка нового прочтения // Журнал «Социально-гуманитарные знания. Ред.журн. 2018 URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/dzhozef-nay-i-myagkaya-sila-popytka-novogo-prochteniya/viewer> (дата обращения 21.03.23) [↑](#footnote-ref-24)
24. Интернет-портал «Многотекстару», статья: «Война идей, или Digital Outreach Team», URL: <https://mnogoteksta.ru/vojna-idej-ili-digital-outreach-team/> (дата обращения: 21.03.23) [↑](#footnote-ref-25)
25. Интернет-ресурс ВикибриФ, «кибер-диссиденты», URL: <https://ru.wikibrief.org/wiki/Cyber-dissident> (дата обращения: 21.03.23) [↑](#footnote-ref-26)
26. Интернет-портал PayWast, URL: <https://paywast.af/> (дата обращения 21.03.23) [↑](#footnote-ref-27)
27. Интернет-портал TechCamp, URL: <https://techcamp.america.gov/> (дата обращения 21.03.023) [↑](#footnote-ref-28)
28. Интернет-портал Wikipedia, «sharp power», URL: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Острая\_сила](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9E%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%8F_%D1%81%D0%B8%D0%BB%D0%B0) (дата обращения 22.03.23) [↑](#footnote-ref-29)
29. Интернет-портал рекламной компании RT « For the second opinion». URL: <https://secondopinion.rt.com/> (дата обращения 22.03.23) [↑](#footnote-ref-30)
30. Новостной портал TAСС Наука,

URL:<https://nauka.tass.ru/nauka/6816477?utm_source=yandex.ru&utm_medium=organic&utm_campaign=yandex.ru&utm_referrer=yandex.ru> (дата обращения 22.03.23) [↑](#footnote-ref-31)
31. Russia Today новостной портал, URL: <https://www.rt.com/> (дата обращения 22.03.23) [↑](#footnote-ref-32)
32. Интернет-портал WikiLeaks, URL: <https://wikileaks.org/> (дата обращения 22.03.23) [↑](#footnote-ref-33)
33. Новостной портал LENTA.RU, статья «WikiLeaks опубликовал очередную порцию переписки главы штаба Клинтон», URL: <https://lenta.ru/news/2016/10/16/podestaletters/> (дата обращения 22.03.23) [↑](#footnote-ref-34)
34. Новостной портал CNN, URL: <https://edition.cnn.com/2017/10/05/politics/heart-of-texas-russia-event/index.html> (дата обращения 22.03.23) [↑](#footnote-ref-35)
35. Информационный портал Twiplomacy, URL: <https://www.twiplomacy.com/> (дата обращения 22.03.23) [↑](#footnote-ref-36)
36. Интернет-ресурс ВикибриФ, «rebuttal» - опровержение, URL: <https://ru.wikibrief.org/wiki/Rebuttal> (дата обращения 22.03.23) [↑](#footnote-ref-37)
37. Новостной портал «France 24», статья «Germany, EU hit out at US over US sanctions on Russian gas pipeline», URL: <https://amp.france24.com/en/20191221-germany-eu-hit-out-at-us-over-us-sanctions-on-russian-gas-pipeline>. Новостной портал «DailyStorm», статья «В Deutsche Welle ответили на предложение Захаровой о самороспуске медиакомпании», URL: <https://dailystorm.ru/news/v-deutsche-welle-otvetili-na-predlozhenie-zaharovoy-o-samorospuske-mediakompanii> (дата обращения 22.03.23) [↑](#footnote-ref-38)
38. Интернет-портал OZlib.com, «метод дипломатического сигнализирования», URL: <https://ozlib.com/849200/sotsium/informatsionnye_programmy_traditsionnye_tsifrovye> (дата обращения 22.03.23) [↑](#footnote-ref-39)
39. Электронный ресурс, «Вооруженные конфликты Египта с Израилем» (1967-1974 гг.) – Военная литература.

URL: <http://militera.lib.ru/h/20c2/17.html> (дата обращения 22.03.23) [↑](#footnote-ref-40)
40. Новостной портал NDTV, статья «"So Far, So Good": Trump After Iran Missile Strike At US-Iraqi Airbases», URL: <https://www.ndtv.com/world-news/donald-trump-tweets-all-is-well-after-iran-fires-missiles-at-2-military-bases-in-iraq-used-by-us-for-2160427> (дата обращения 22.03.23) [↑](#footnote-ref-41)
41. Социальная сеть Twitter, публикация Дональда Трампа, URL: <https://twitter.com/realDonaldTrump/status/1214739853025394693> ( дата обращения 22.03.23) [↑](#footnote-ref-42)
42. Новостной портал ARYNEWS, статья «IRAN CONCLUDES PROPORTIONATE MEASURES, FM JAVAD ZARIF SAYS AFTER ATTACK», URL: <https://arynews.tv/iran-concludes-proportionate-measures-fm-javad-zarif-after-attack/> (дата обращения 22.03.03) [↑](#footnote-ref-43)
43. Социальная сеть Twitter, публикация Дональда Трампа от 03.01.2020, URL: <https://twitter.com/realDonaldTrump/status/1212924762827046918> (дата обращения 22.03.03) [↑](#footnote-ref-44)
44. Новостной портал Известия IZ, статья «Представитель Ирана опубликовал флаг в Twitter после ударов по базам США», URL: <https://iz.ru/962000/2020-01-08/predstavitel-irana-opublikoval-flag-v-twitter-posle-udara-po-baze-ssha> (дата обращения 22.03.03) [↑](#footnote-ref-45)
45. Pigman GA (2010) Contemporary Diplomacy: Representation and Communication in a Globalized World. Cambridge, MA: Polity, p. 10. URL: <https://library.villanova.edu/Find/Record/1280187> (date of treatment: 27.03.23) [↑](#footnote-ref-46)
46. Freeman CWJ (1993) Diplomat’s Dictionary. Washington, DC: National Defense University Press. p. 101 URL: <https://archive.org/details/diplomatsdiction0000free/mode/2up> (date of treatment: 27.03.23) [↑](#footnote-ref-47)
47. Berridge GR (2015) Diplomacy. Theory and Practice, 5th ed. Houndmills, Basingstoke, UK: Palgrave Macmillan. URL:[https://www.defence.lk/upload/ebooks/G.%20R.%20Berridge%20(auth.)Diplomacy\_%20Theory%20and%20Practice-Palgrave%20Macmillan%20UK%20(2015).pdf](https://www.defence.lk/upload/ebooks/G.%20R.%20Berridge%20%28auth.%29Diplomacy_%20Theory%20and%20Practice-Palgrave%20Macmillan%20UK%20%282015%29.pdf) (date of treatment 27.03.23) [↑](#footnote-ref-48)
48. Courtney W., Libicki M. How to Counter Putin's Subversive War on the West [Electronic resource] // RAND. 2016. Aug. 01. URL: <https://www.rand.org/blog/2016/08/how-to-counter-putins-subversive-war-on-the-west.html> (date of treatment 27.03.23); [↑](#footnote-ref-49)
49. «National Security Strategy [Electronic resource] // The White House 2017 Dec. URL: <https://trumpwhitehouse.archives.gov/wp-content/uploads/2017/12/NSS-Final-12-18-2017-0905.pdf> (date of treatment 27.03.23) [↑](#footnote-ref-50)
50. United States Efforts to Counter Russian Disinformation and Malign Influence. 2019 [Electronic recourse]. URL: <https://www.brookings.edu/testimonies/u-s-efforts-to-counter-russian-disinformation-and-malign-influence/> (date of treatment 27.03.23) [↑](#footnote-ref-51)
51. Цветкова Н.А. Феномен цифровой дипломатии в международных отношениях и методология его изучения / / Вестник РГГУ. Серия «Политология. История. Международные отношения». 2020. М 2. С. 37-47. URL: <https://politicalscience.rsuh.ru/jour/article/view/286> (дата обращения 27.03.23) [↑](#footnote-ref-52)
52. Кузнецов Н.М. Актуальные методы цифровой дипломатии США в отношении // Россия и мир: Мировая экономика и международные отношения в эпоху многополярного мира: Сб. науч. статей / Под ред. О.В. Архиповой, А.И. Климина. СПб: Фора-принт, 2020. С.98 -111. URL:<https://www.elibrary.ru/item.asp?id=44129893> (дата обращения 27.03.23) [↑](#footnote-ref-53)
53. Can Public Diplomacy Survive the Internet? |Electronic resource] // The Department of State. ACPD Special Report. 2017. URL: <https://www.state.gov/can-public-diplomacy-survive-the-internet/> (date of treatment 27.03.23) [↑](#footnote-ref-54)
54. Госдеп США: структура и функции. Электронный ресурс: США/USA СОЕДИНЕННЫЕ ШТАТЫ АМЕРИКИ. URL: <https://state-usa.com/system/234-gosdep> (дата обращения: 27.03.23) [↑](#footnote-ref-55)
55. Desjardins J (2017) What happens in an internet minute in 2017? World Economic Forum, 31 August. [Electronic resource] URL: <https://www.weforum.org/agenda/2017/08/what-happens-in-an-internet-minutein-2017> (date of treatment 27.03.23). [↑](#footnote-ref-56)
56. Batrinca B & Treleaven PC (2015) Social media analytics: a survey of techniques, tools and platforms. AI & SOCIETY 30(1), pp 89–116. [Electronic resource]

URL:<https://www.researchgate.net/publication/272591009_Social_media_analytics_A_survey_of_techniques_tools_and_platforms> (date of treatment 27.03.23) [↑](#footnote-ref-57)
57. Batrinca B & Treleaven PC (2015) Social media analytics: a survey of techniques, tools and platforms. AI & SOCIETY 30(1), pp 89–116. [Electronic resource]

URL:[https://www.researchgate.net/publication/272591009\_Social\_media\_analytics\_A\_survey\_of\_techniques\_tools\_and platforms](https://www.researchgate.net/publication/272591009_Social_media_analytics_A_survey_of_techniques_tools_and%20platforms) (date of treatment 27.03.23) [↑](#footnote-ref-58)
58. Jacobson, B., Hone, C., Kurbalija, J. (2018), “Data Diplomacy”, Updating Diplomacy to the Big Data Era, DiploFoundation, Geneva, Switzerland. [Electronic resource].

URL:<https://www.academia.edu/35938720/Data_Diplomacy_Updating_diplomacy_to_the_big_data_era> (date of treatment 27.03.23) [↑](#footnote-ref-59)
59. Stamen Mapping the World’s Friendship Project. [Electronic resource]. URL: <https://stamen.com/work/facebook-mapping-the-worldsfriendships/> (date of treatment 27.03.23) [↑](#footnote-ref-60)
60. Stamen Mapping the World’s Friendship Project. [Electronic resource]. URL: <https://stamen.com/work/facebook-mapping-the-worldsfriendships/> (date of treatment 27.03.23) [↑](#footnote-ref-61)
61. Hocking B & Melissen M (2015) Diplomacy in the Digital Age.Clingendael Report, p. 16. [Electronic resource] URL:<https://www.clingendael.org/sites/default/files/pdfs/Digital_Diplomacy_in_the_Digital%20Age_Clingendael_July2015.pdf> (date of treatment 08.04.23) [↑](#footnote-ref-62)
62. Di Martino L (2016) Cross-platform communication and digital methods: an example. Personal blog, 9 July. URL: [Cross-platform communication and Digital Methods: an example – Luigi Di Martino](https://luigidimartino.com/2016/07/09/cross-platform-communication-and-digital-methods-an-example/) (date of treatment 08.04.23) [↑](#footnote-ref-63)
63. Bean H & Comor E (2017) Data-driven public diplomacy: A critical and relexive assessment. All Azimuth, 0(0), pp. 1- 16 URL: (date of treatment: 08.04.23) [↑](#footnote-ref-64)
64. Hanson F (2012) Public Diplomacy @ State. E-International Relations, 26 October. URL: <https://www.e-ir.info/pdf/29059> (date of treatment 08.04.23) [↑](#footnote-ref-65)
65. Edison Research (2016) Marketplace Survey Wave Four - Banner 1, October 2016. URL: <https://cms.marketplace.org/sites/default/iles/anxiety-index-data.pdf> (date of treatment 08.04.23) [↑](#footnote-ref-66)